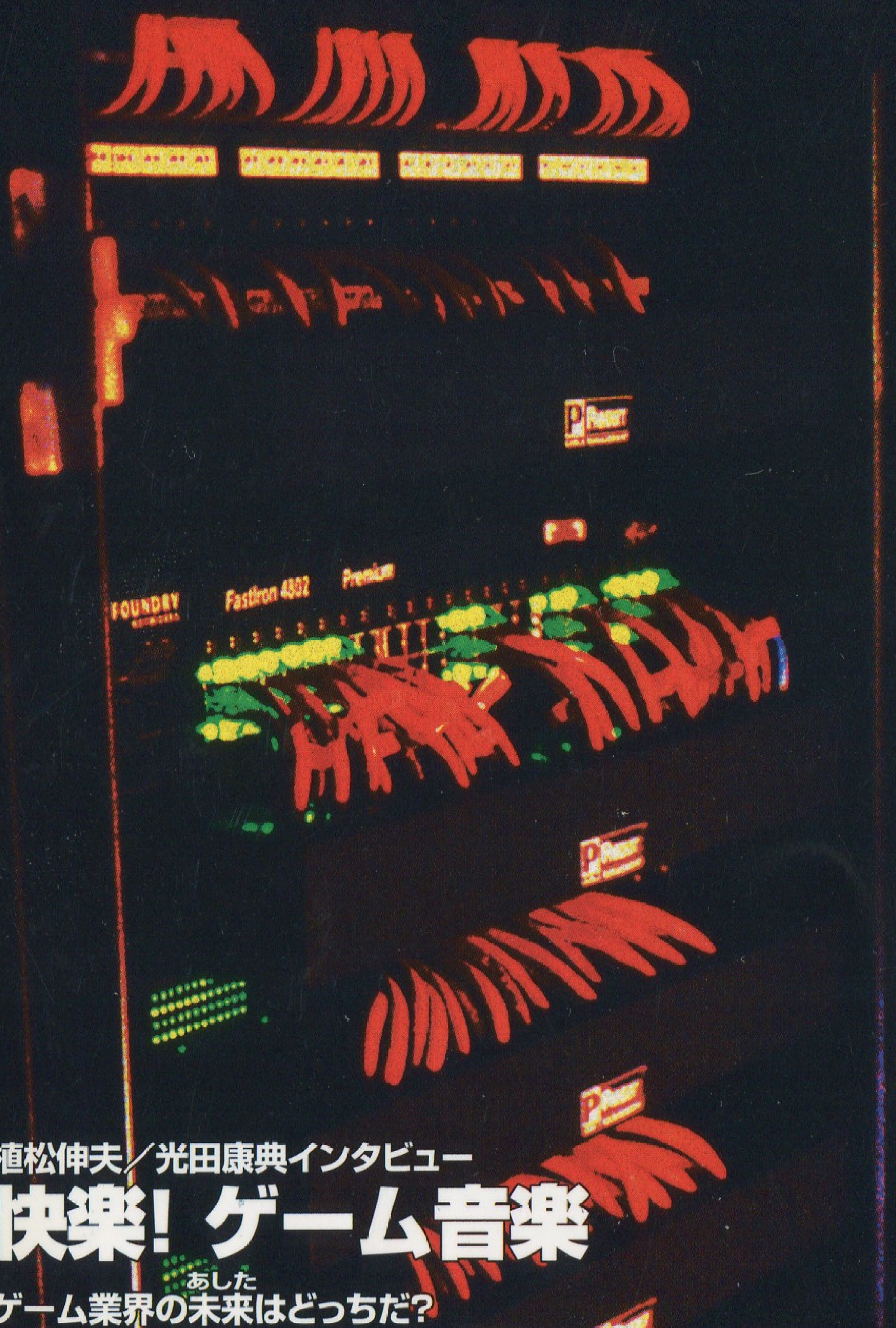
平成15年9月1日発行第10巻第9号通巻84号
http://www.microgroup.co.jp/

ゲーム批評

9 | 2003・Vol.52
780yen



オンラインゲームの虚実

ラグナロク成功の秘訣・PSBB台頭の実態

植松伸夫／光田康典インタビュー

快楽！ゲーム音楽

ゲーム業界の未来(あした)はどっちだ?

メーカー生き残りレース

リメイク・続編・移植

あなたが知りたい裏事情

ソフト批評
みんなのGOLFオンライン／信長の野望 Online／半熟英雄 対 3D／
ファイアーエムブレム烈火の剣／ファイヤープロレスリングZ／
ENTER THE MATRIX／GIFTPIA／Viewtiful Joe／
マックス ペイン／J.LEAGUE プロサッカークラブをつくろう!3／
メック アサルト／モンスターゲート大いなるダンジョン～封印のオーブ～

ゲーム批評 2003・9 オンラインゲームの虚実／植松伸夫・光田康典インタビュー Vol.52
MICRO MAGAZINE

定期購読のご案内

『ゲーム批評』のご購入にはご自宅直送方式の年間定期購読がオススメ！
確実、スピーディーな定期購読をぜひご利用くださいませ。

『ゲーム批評』
隔月刊・偶数月3日
年6回発行
一年間の定期購読価格

定価780円（税込）
×
6回
॥
4,680円

[お申し込み方法]
手続は簡単です。巻頭に綴じこんである「郵便振替用紙」（払込取扱票）に下記の必要事項を記入し、郵便局窓口に必要金額と共にお申込頂くだけです。**振込手数料・送料は弊社にて負担させていただきます。**

1……巻頭に綴じこんである「払込取扱票（郵便振替用紙）」を本誌より切り取ります。
※この際、払込金受領証は切り離さないようご注意ください。

2……初めてお申し込みされる方は、誌名横の「新規/継続」の「新規」に丸をつけてください。

3……「購読期間」に何月号からかをご記入ください。購読期間は１年間のみです。

4……ご依頼人の郵便番号・住所・氏名・E-mailアドレス・電話番号をご記入ください。
※E-mailと電話番号は未記入でも可ですが、事故の対処にお時間がかかる場合がございます。

5……右側の払込金受領証の「ご依頼人」の欄に氏名をご記入ください。

6……すべての記入が終了しましたら、お近くの郵便局窓口に金額を添えて提出してください。

※振込金受領証は初回の定期購読誌が届くまで大切に保管してください。

[ご注意]

■締め切りは発売日2週間前になります。締め切り後のお申し込みは、その次の号からに変更させていただきます。
※次号11月号からのお申し込みは、9月19日（金）までにお申し込みください。
■本誌巻頭の払込取扱票以外でのご入金は受けつけかねますのでご了承ください。
■定期購読中の途中返金は受け付けかねますのでご了承ください（刊行ペースの変更・価格変更の際は別途ご連絡をさしあげます）。
■送り先の住所変更をご希望の方は、下記お問い合わせ先までご連絡ください。
■定期購読最終回に継続ご案内を同封させていただきます。

通常は発売日から遅くとも3日以内には届きます。もし届かない場合は配送事故の可能性がございますので、お手数ですが下記お問い合わせ先までご連絡ください。

お問い合わせ先
株式会社マイクロマガジン社　販売営業部
TEL.03-3206-1641　FAX.03-3551-1208
（お電話でのお問い合わせは、土日祝日を除く平日AM9:30〜12:00、PM1:00〜6:00までとさせていただきます）
E-mail: hanbai@microgroup.co.jp
（件名は「ゲーム批評・定期購読」とご記入ください）

払込取扱票

02 東京

通常払込料金加入者負担

口座番号													金額							
						百	十	万	千	百	十	番	千	百	十	万	千	百	十	円
0	0	1	2	0	-	2	-	1	2	3	2	9	5				4	6	8	0

加入者名：株式会社マイクロマガジン社

料金　特殊取扱

定期購読誌名	※購読期間	送金額（送料当社負担）
ゲーム批評 ※新規・継続	月号より1年間	4，680円

通信欄

フリガナ

送付先御住所　払込人住所と送付先が異なる場合のみ記入

□□□－□□□□

フリガナ

送付先御氏名

電話 TEL　年齢 才　性別 男・女

ご依頼人

（郵便番号　　　）

※

（e-mail：　　　）（電話番号　　－　　－　　）

受付局日附印

裏面の注意事項をお読みください。（郵政事業庁）（私製承認　東第39624号）

これより下部には何も記入しないでください。

各票の※印欄は、ご依頼人において記載してください。

切り取らないで郵便局にお出しください。

記載事項を訂正した場合は、その箇所に訂正印を押してください。

キリトリ線

払込金受領証

口座番号							
0	0	1	2	0	-	2	通常払込料金加入者負担
	百	十	万	千	百	十	番
		1	2	3	2	9	5

加入者名：株式会社マイクロマガジン社

金額							
千	百	十	万	千	百	十	円
				4	6	8	0

ご依頼人 ※

料金

特殊取扱

受付局日附印

定期購読のご案内

『ゲーム批評』のご購入にはご自宅直送方式の年間定期購読がオススメ！

この受領証は、郵便局で機械処理をした場合は郵便振替の払込みの証拠となるものですから大切に保存してください。

ご注意
この払込書は、機械で処理しますので、本票を汚したり、折り曲げたりしないでください。
（郵政事業庁）

この払込取扱票の裏面には、何も記載しないでください。

キリトリ線

す。

さい。

で
更
い
た

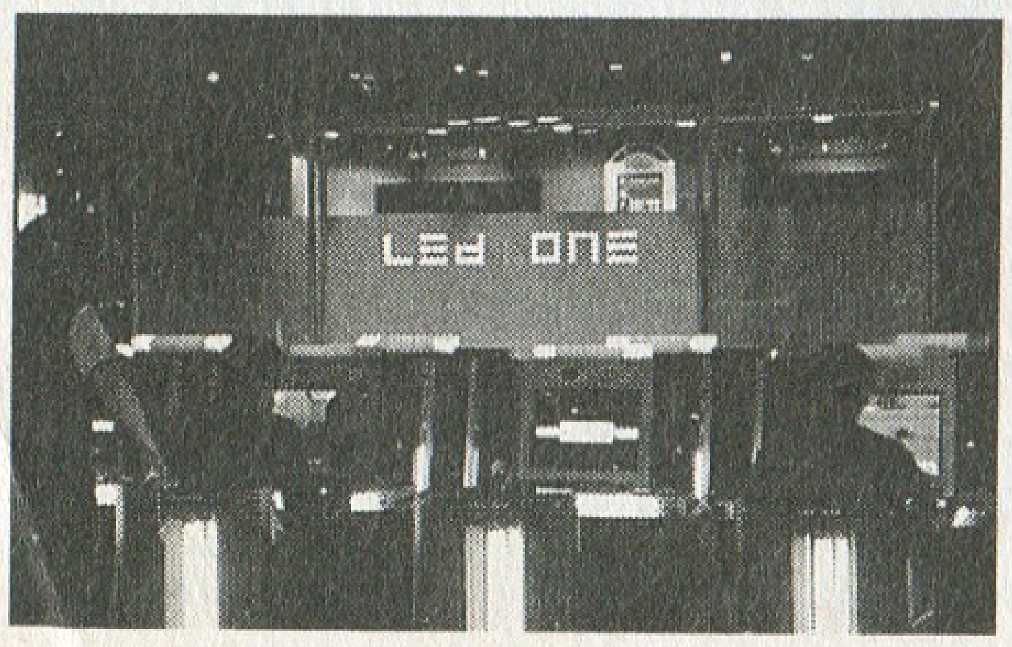
ので、

きます）

ゲーム批評 2003・9 Vol.52

ハード略称 PS1:プレイステーション1 PS2:プレイステーション2 SS:セガサターン DC:ドリームキャスト N64:ニンテンドウ64 GC:ゲームキューブ SFC:スーパーファミコン GB:ゲームボーイ WS:ワンダースワン NGP:ネオジオポケット Win:ウィンドウズ AC:アーケード

ジャンル略称 RPG:ロールプレイング ARPG:アクションRPG SRPG:シミュレーションRPG SLG:シミュレーション AVG:アドベンチャー STG:シューティング 3DSTG:3Dシューティング ACG:アクション 格闘ACG:格闘アクション RCG:レーシング TBG:テーブル SPG:スポーツ PZG:パズル ETC:その他


表紙撮影協力：
LANエンターテインメント実験店
LED ZONE レッドゾーン
営業時間10:00~23:00
東京都大田区西蒲田7-3-3
東急プラザアネックス2階
03-5978-2765
http://www.ledzone.com/

レッドゾーンはLAN主体のネットワークゲーム・アミューズメント。
現在はFPS『カウンターストライクネオ』の対戦が楽しめる。
LANエンターテインメントという造語には「お互いの顔が見え、声が聞こえる距離で楽しもう」という意味が込められているとのこと。
表紙写真はレッドゾーンのサーバー。

cover pic : harumi aida

Contents


の虚実



第１特集

オンラインゲーム

ラグナロク成功の秘訣・PSBB台頭の実態

日本ではオンラインゲームは成功しないと言われている。しかし、ソニー・コンピュータエンタテインメント（SCE）が、この６月、国内でのPSBBユニットの店頭販売を開始したことにより、ゲームユーザーが再び、オンラインゲームに目を向けるようになってきた。

そんな中、オンラインゲーム先進国、韓国からやってきた『ラグナロク オンライン』が飛躍的にユーザー数を伸ばし続けている。この現実を突きつけられれば、国内のゲーム会社は、もう、日本でオンラインゲームが成功しないとは言えないはずだ。

では、これまで成功できなかった要因とは一体何であろうか。それはおそらく、これまで成功に導けなかった国内だけを見ていたのでは、答えは見えてこない。視野を広げ、世界的な見地からオンラインゲーム全体の現状を把握することから始める必要がある。

そこで、『ラグナロク オンライン』とSCEのオンライン戦略に焦点を当てつつ、オンラインゲームに潜むさまざまな問題点などを展望してゆくことにしよう。

はたして日本のオンラインゲームの未来は明るいのだろうか。

ラグナロクはなぜ成功したのか？

オンラインゲーム不毛の地日本で躍進する韓国製MMORPG

日本のゲームユーザーが『ラグナロク』にはまった理由

text:新 清士

『ラグナロク オンライン』の有料会員数が25万人を突破した。十数万人を集めた『ファイナルファンタジーXI』を抑え日本最大のMMORPGとなったのは間違いない。なぜそこまでヒットしたのか、その要因を解明する。

悪評が広まる中増加する新規ユーザーの不思議

『ラグナロク オンライン』（以下、『RO』）はオープンβで80万人を集めたものの、昨年12月に有料サービスを開始した直後は10万人まで急減した。韓国ではオープンβの10％が残れば成功と言われているので、まずまずの数字ではあったが、その後本当に数字を伸ばしていけるのか、疑う声も少なくなかった。しかし、毎月約1万5000人もの有料会員が新たに参加し、現在まで順調に数字を伸ばしてきた。ユーザーコミュニティの中では、サービスを提供しているガンホー・オンライン・エンターテイメント（以下、ガンホー）に対して、そのサービスの不充分さから非難が続き、何度となく経営危機の噂まで流されてきた。サーバー内で、ユーザー自身らによるデモ行進が行われたり、「みんなで解約しよう」といった運動が起こされたりもしてきた。にもかかわらず、ユーザーは増えているのである。それはなぜなのだろうか？

『ラグナロク』ヒットその戦略と要因

『RO』が日本国内で人気を集めることができたその背景には、新規参入企業ならではの戦略と要因がある。

　まず、キャラクターがかわいらしく日本人に受け入れやすかったこと。次に、ゲームそのものがライトであまり複雑な知識を求めず、入りやすかったこと。そして、インターフェイスがコンシューマ機ユーザーにわかりやすかったこと。また、ユーザーが使用するクライアントソフトを無料で入手できるというビジネスモデルを取っていたことも大きい。

日本人の感性に合ったキャラクターたち

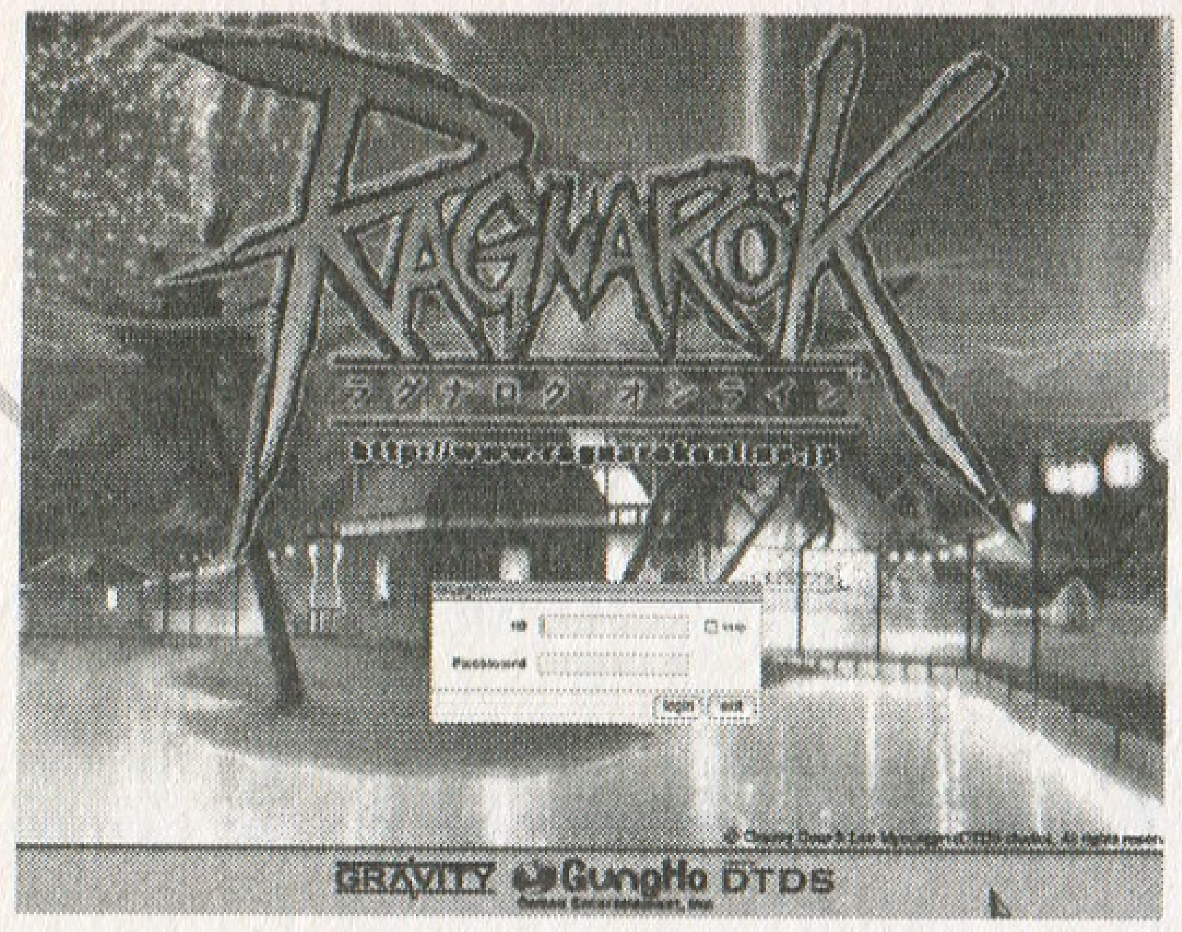
『RO』サービス開始当時、すでに韓国最大のMMORPG『リネージュ』は日本に上陸済みで話題になっていたが、多くのユーザーを獲得することはできなかった。理由のひとつとして、絵的な好みが日本人には合わず、取っ付きにくかったことが挙げられる。

『リネージュ』のキャラクターは、3Dのプリレンダーされたキャラクター画面になっている。ライトファンタジー調ではあるものの、『リネージュ』のキャラクターは

すでにPS2などの作り込まれたグラフィックに慣れている日本人の目には古臭く感じられた。

これは『ウルティマオンライン』や『エバークエスト』にも言えることで、女性キャラクターが筋肉もりもりにデザインされているのは日本人の感性にはなじまない。

しかし、『RO』の場合、キャラクターは2Dで、デフォルメされている。『ファイナルファンタジータクティクス』などからインスパイアされたと思われるグラフィックは日本人には親しみやすかった。特に「座り」のポーズは非常にかわいらしく、いわゆる「萌える」との評価を得ていた。



キャラクターだけでなく、街並みやフィールドも国産ＲＰＧの延長のようなデザインになっている

逆に、『RO』、『リネージュ』とも北米では成功していない。すでにリアルタイム3Dに全体が移行している北米でも『リネージュ』のグラフィックは古臭く感じられ、『RO』で使われているデフォルメキャラは、そもそもアメリカ人の嗜好性に合わない。

MMORPGについては、ゲームのグラフィックスに対する各国の好みの違いが明確に出ている。長期間にわたりキャラクターと付き合うことになるため、自分の分身という感覚が強く、よりはっきりと好みが出るとも考えられる。

特筆すべき特徴を持たない？　平易なゲームシステムの魅力

次に、『RO』の持つゲームそのものの簡単さが、多くの日本のユーザーにとっては取っ付きやすかったという特徴がある。

『RO』はMMORPGとしてはかなり平易なほうに区分される。モンスターを倒して、経験値を稼いだり、アイテムを獲得して、ほかの人と交換したりという基本的なRPGの持っている特徴以外に、MMORPGだからといってあまりこれといった特徴がない。『エバークエスト』をモデルにしている『ファイナルファンタジーXI』（以下、『FFXI』）のような複雑なスキルの分配や、戦闘システムといったものはない。また、『リネージュ』のようなプレイヤー同士が殺し合えるPK（プレイヤーキル）のシステムもない。

あるコアユーザーは、「『ラグナロク』がすごいとほめる人がいますが、どうしてそんなにほめるのか不思議に思います。ゲームとしては、すぐにすることがなくなって、ただ友達とチャットするぐらいしかすることがなく、暇になってしまいます」と語る。

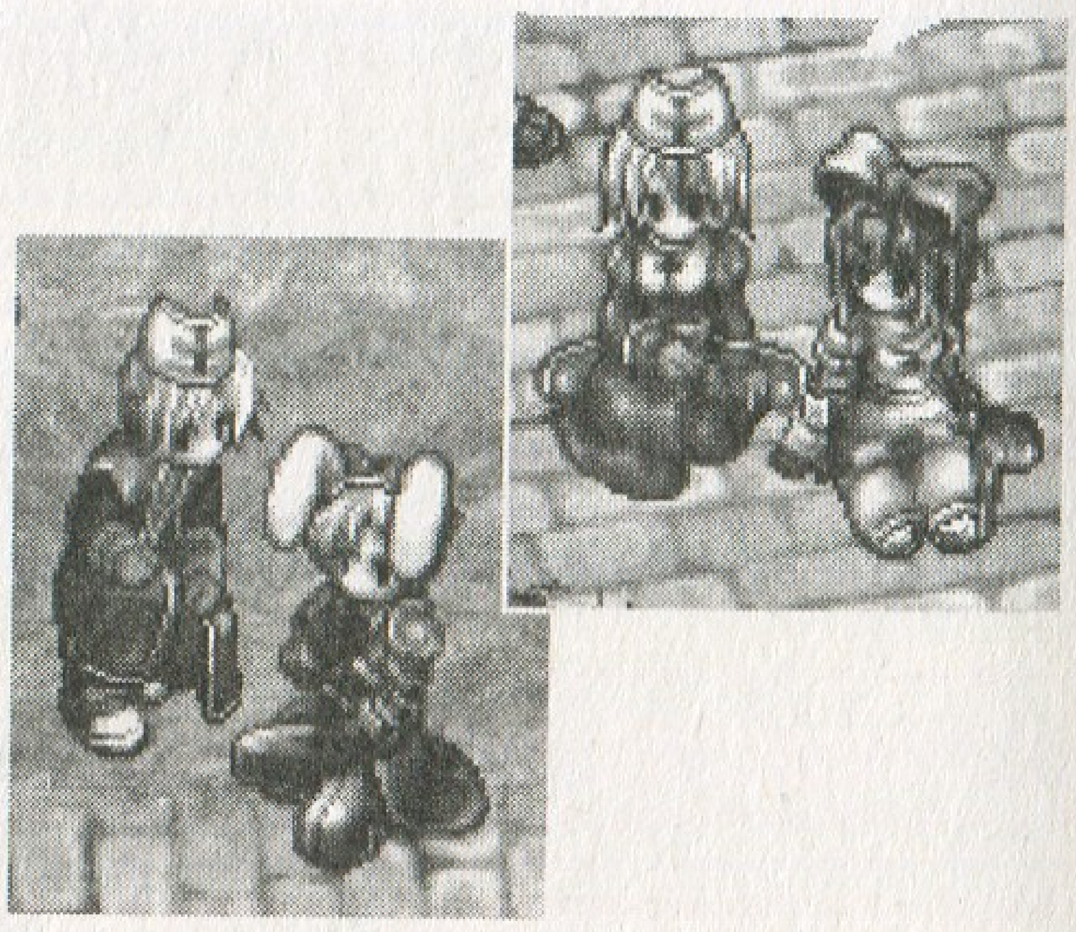
つまり、アイテムで着飾り自分のキャラクターを差別化して、友達とチャットしているぐらいしかすることが残っていないのだ。

一方で、『RO』をゲームとしてではなく、高機能チャットツールというとらえ方もあり、友達の誰かが大抵アクセスしているので、チャットツール代わりに使っているという話もよく聞く。

ライトユーザーを取り込む　シンプルなインターフェイス

マウスひとつで移動から戦闘といったすべてがコントロール可能なコンシューマ機に近い感覚で使用できるインターフェイスの簡単さも日本人にはなじみやすかった。PCゲームというと複雑なキーボード操作が必要だという印象があり、難しいと多くのユーザーが感じていたからだ。韓国や米国と違って、日本のユーザーの大半はPCゲームを遊んだ経験がない。パッドの入力に近い感覚というのは、ライトユーザーを取り込むためには重要な要素だった。

そのMMORPGとしては入門



職業ごとの異なる座りポーズがかわいらしい。特に萌え人気が高いのは女商人や男アサシン

好きなゲームメーカーとその理由　サンテックジャパン■バカだけどゲームシステムは良いと思うので（神奈川県　ローガン）

的な性質が、本格的なMMORPGに対して抵抗感を感じていた多くのユーザーに魅力的に映ったのではないかと思われる。これは、一般的なMMORPGでは10％以下と言われる女性ユーザーの比率が25％(※)もの数字を集めていることからもうかがえる。女性ユーザー増加は、そのまま、女性ユーザーとの出会いを期待する男性ユーザーの数を増やす要因にもなると言われているため、有利に働いたことは間違いない。

ソフト無料配布・高スペックPCを要求しない導入障壁の低さ

クライアントソフトを無料で配布するというビジネスモデルを導入できたことも、国内既存のゲーム産業にとっては盲点だった。

日本でも北米でも、オンラインゲームはパッケージで一定のお金をユーザーから取る形で回収をしなければリスクが大きすぎると考えられている。また、大手メーカーにとっては既存の流通網や小売店との関係もあり、無料でパッケージを配布するのは容易ではない。



6月開催のラグフェス3会場で無料配布された5日間無料チケット付ガイドとCD-ROM

パッケージを購入する必要のある場合、どうしても配布できるユーザーの人数に限界がある。

韓国ではクライアントソフトは無料というのが一般的だ。ガンホーは新規参入企業であるために、日本企業の持つ過去のしがらみにとらわれることなくビジネスを展開することができた。

昨年9月のラグナロク同人誌イベント「ラグフェス2」では、来場者に対してクライアントソフトを収録したCD-Rを配布している。また、「東京ゲームショウ2002」でも当時のβ版1万枚を同様に配布している。

ブロードバンドが昨年後半から一気に一般化したことも大きい。クライアントソフトは、507MBもの容量があるが、ブロードバンドユーザーにとっては高いハードルではない。'00年に『ファンタシースターオンライン』(セガ)がダイアルアップユーザーを前提としたドリームキャストでリリースされていた時代に比べると根本的に時代が変わってしまった。

また、要求するスペックの低さも重要だ。Pentium3の600MHzというスペックは、2〜3年前のPCでも充分に遊ぶことができる。また、実際にはそれ以下、すでに旧型化したPCやノートPCでも充分に動くということも導入しやすさの要因だ。日本では特にノートPCの人気が高いため、3Dアクセラレーションが搭載されていない場合が多い。これはNVIDIAのビデオカードを必須とする『FF XI』との決定的な差だ。

オンラインゲームに必要なオフラインコミュニティ

オンラインゲームの成功にはどうしても欠かせない存在、それが逆説的なのだがオフラインコミュニティの存在なのである。リアルな人を相手にそのゲームについて話すことができるようなコミュニティの存在がなければならないのである。

そもそも韓国で北米以上に急激にオンラインゲームが爆発することになった要因は、全国に2万軒にまで普及したネットワークカフェ「PC房」の存在にある。ネットワークカフェは1時間数百円で、学校帰りの中高生が友達と連れ立ってゲームを遊びに行く空間として機能した。友達と一緒にパーティプレイをひとしきり遊ぶことで満足する。つまり、かつての日本のゲームセンターの姿である。オンラインゲームと言いながら、実は非常に規模の小さなコミュニティがたくさんできることに、普及する要因が隠されているのだ。

XboxLiveやPSBBが日本国内でさほど成功していない最大の要因は、オフラインコミュニティが存在しないことである。ネット上だけのユーザーコミュニティでは数を増やすことには限界がある。これははるかに進んだゲームが開発されているにもかかわらず、150万人以上の数字から大きくなることができないでいる

(※) ユーザー登録時のユーザー自身の自己申告によるもので、必ずしも実際の性別と同じとは限らない。


コミックアンソロジーが発売されているという時点で同人界での人気の高さがよくわかる

北米のMMORPGユーザーの動向を見ても明らかだ。
　ネット上で見ず知らずの人と友達になるのは簡単ではない。特にオンラインゲームを通じて伝わる情報は極めて限定されているため、結局多くのユーザーはリアルに知っている友達と遊ぶことのほうが多い。いくらブランド力があっても『FFXI』が当初想定していた100万人のユーザーを生み出せないでいる最大の原因だ。『FFXI』には、オフラインコミュニティを作ることが戦略の中に織り込まれていなかったのだ。
　日本には、もちろんPC房にあたるみんなで集まってオンラインゲームを簡単に遊べる場所はまだ少ない。マンガ喫茶を中心に全国に300店舗あまりのネットワーク作りにガンホーは力を入れているものの全国どこでもという状況にはない。
　『RO』人気は同人誌コミュニティによる草の根活動から始まっている。『RO』の日本語でのβサービスを開始した'01年11月、そのキャラクターのかわいらしさが日本で話題になってすぐ、『RO』のみを対象とした同人誌即売会「ラグフェス」が、'02年1月に行われている。
　同人誌コミュニティは、即売会といった最終的にリアルなコミュニティへとたどり着く。即売会では、何人ものリアルな人間との付き合いが必要になり、友達と話すことになる。「『RO』がいい」、そして、導入が簡単であるということがわかれば、そのコミュニティの中で急速に広がっていくことになるのだ。
　ラグフェスは、『RO』を多くのユーザーに導入させていく大きな要因として機能した。
　しかし、同人誌コミュニティというのは気まぐれで飽きっぽい。また、企業側に対して攻撃的な姿勢に切り替わることも決して少なくない。狙ってもなかなかうまくいかないコミュニティを味方に付けられたのは、大きな成功要因だったと言える。

『ラグナロク』の成功は偶然の積み重ね

　結果的に見て、『RO』の成功には、「運」の要素がかなりかかわっていると言わざるをえない。
　ただ、『RO』が大きな人気の出た最初のMMORPGであることの意味は大きい。韓国では『リネージュ』のように、最初にヒットしたタイトルが市場で寡占状態を生み出しており、日本でも同じことが起きる可能性が大きい。
　また、日本のMMORPGユーザーの特徴は、最初に遊び始めたタイトルへの忠誠度が高い。『RO』を遊んでいるユーザーの大半が『FFXI』を遊んでいない。
　これがほかのタイトルがまだそれほど登場していないことが原因なのか、それとも国民性であるのかは、今後リリースされるタイトルの動向を見ないとはっきりとはわからないが、『RO』に有利に展開しているのは事実だ。
　コンシューマ機用ゲームの場合、あるオリジナル性を持ったタイトルが成功すると、すぐに同ジャンルのゲームが賑わうということが起きる。しかし、MMORPGはコミュニティを必要とするために、『RO』と同様の戦略をとったとしても成功する可能性は高いとは言えない。
　しばらくは、どのような評判を集めているにせよ、『RO』が日本のMMORPGで主導的な存在として機能する状況が続くと考えたほうがいいだろう。



『RO』に限らずオンラインゲームは、絵つき高機能チャットツールと化してしまうのだろうか

好きなゲームメーカーとその理由　トレジャー■分かるユーザーに分かるゲームを作ってくれます（石川県　泥田坊）

『ラグナロク』のサービスの悪さはなぜ生まれる

text:新 清士

25万人以上のユーザー数を誇る『ラグナロク』ではあるが、その盛況ぶりとは裏腹に、トラブルがあとを絶たずに常態化している。ガンホーの運営、ユーザー・サポートは果たして機能していると言えるのだろうか。

トラブルだらけの『ラグナロク』

「ガンホーのことをほめるような書き込みはできないですよ。まず、基本が叩きのスタンスで書き込まないといけないんですよ」と、レベル80を超えたある学生プレイヤーが語る。β版のころからはまり、いまだに続けている。それならどうして続けているのか、と聞くと「なんとなくおもしろいんですよね」と彼は言う。

『RO』は常にトラブルだらけのゲームだったと言っていい。細かいバグや、サーバーのダウン、解消されないアクセスの集中、PCが自動で動作させるBOTと呼ばれる不正行為への対応の遅さなど、ユーザーが日常的に不満に感じる要素を挙げていくときりがない。その上、2月に不正行為ユーザーに対して行ったアカウント停止が実際には不正行為を行っていないユーザーまで含まれていたことを5月になって認めるという運営側のミスは大きな問題に発展した（関連記事：P31「アカウント停止という〝死刑宣告〟の重み」にて当事者のインタビュー有）。

それにもかかわらず、ユーザーは減少するどころか、前項で取り上げたように増加し続けている。

非常に難しいオンラインゲーム運営

オンラインゲームのユーザー対応は運営側からしてみると非常に難しい。通常のスタンドアローンのソフトウェアでは決して顕在化しない問題が次々に起きてくる。バグひとつ取ってみても、その問題は複雑だ。どんなプログラムやゲームにもバグは残されていると言っていい。それでも、1人用のゲームの場合は多くのユーザーは気がつかずゲームを進めることが多いので大半のゲームは問題にならない。ところが、数十万人が常時利用をしている状態になると隠れていた問題が噴き出すことがある。

ひとつのバグであっても、それがゲーム全体に与える影響が大きすぎるのだ。実際に2月に行われたアカウント停止事件は、一部のユーザーがバグを利用して所持金を大量に増やしてしまったことによる問題だ。仮にバグをつぶして、そのユーザーのアカウントを停止したとしても、そのユーザーたちが持っている所持金がほかのユーザーの手に渡っていれば、問題はそのまま残る。つまり、インフレーション、物価上昇の引き金になってしまうのだ。

ガンホーは、一定期間時間を戻すというロールバックを行ったが、その期間にレアアイテムを苦労して取得したユーザーにとっては納得できるものではない。そういう問題が繰り返し起こる。

どのオンラインゲームも絶えざるチーターとの戦いに発展する。ゲームは常にきちんと遊ぼうと考えるユーザーがいる一方で、少数とはいえ不正行為を行うユーザーが必ず出てくる。リアルな人間関係がゲームの中に持ち込まれるということは、人間社会がそのまま縮図として反映される。

アカウント停止事件の場合、ガンホー側の管理アプリケーションの完成度の低さがその問題を大きくした。個々のユーザーの動きは

当然運営側にログとしてすべて残っており、それは専用のソフトを使って解析されGMによってユーザーの動きが把握されることとなる。そのソフトも当然ゲームと並行して開発が行われているために、完成度が引き上がるのにも時間がかかってしまう。

アカウント停止時にガンホーは、一定期間内に極端にお金が増えているユーザーのアカウントを一律停止してしまった。ところが、不正行為を行ったユーザーと同程度のお金を得ているユーザーが、通常に遊んでいるユーザーにも多数含まれていたのだ。ガンホーの当時の解析ソフトではそこまで把握することが難しかったのである。

同じことが、BOTの問題にも言える。どのユーザーがBOTを使っているのかをデータからだけで特定することは容易ではない。

サーバーはクライアント側から来る座標の変更などの数少ない入力データを単に受けて画面上に反映しているにすぎない。個々のユーザーは奇妙な動きをしているキャラクターをBOTと断定することができても、サーバー側の振る舞いからは、一律に把握することは簡単ではない。結局、GMがフィールド上を動き回って、これがBOTであるかどうかをひとつひとつ判断していくしかない。それでは量を潰すことができず、また、新たにアカウントを取得して同じ方法を使ってくる不正ユーザーを抑えることはできない。

ネット社会の持っている問題点は、不正行為の方法もソフトウェアもすぐに多くの人に広がってしまうということだ。大半のソフトは台湾製と言われているが、ソフトだけであればネットを通じて日本でも使うことができる。また、2ちゃんねるといった無記名BBSで不正行為を助長するようなスレッドが立ってしまうために、情報もすぐに周知徹底されてしまう。次々に生み出されるBOTに対してガンホー側が後手後手に回ってしまう理由はそこにある。

ただ、ガンホーは6月末にサーバーとクライアント間のパケットのデータを暗号化することによって、根本的な解決策を見つけた。個々のBOTに対応するのではなく、BOTを操作する上で必要な情報をユーザーには解析できなくしてしまったのである。これによりBOT問題は一気に沈静化した。しかし1ヵ月もたたない7月半ばには新しいチートツールが登場し、すでに新しい暗号は意味をなさなくなり、またBOT問題は以前と同様の状態に戻ってしまった。

黎明期こそのトラブルを楽しむ

ガンホーは25万人のユーザーを40人あまりの社員で運営している。ユーザーの人口に対して、人数が少なすぎる。しかし、単純に社員数を増やせば解決できるという問題でもない。急激に人数を増やしたチームというのは、意思疎通がうまくできなくなるといった弊害も無視できない。

また、有能なゲームマスター（以下、GM）がいないことが、どのMMOPRGでも大きな問題になっている。GMという職種の成立が比較的最近であるため、そもそもがどういう教育を提供するべきなのかといった問題にも、まだ明確な解答が出せていない。結局、仕事を通じて育てていくしかないために、最低でも1年〜2年の時間が必要になってしまう。これもまた、サービスが不充分である原因のひとつと言える。

「トラブルも含めて、イベントなんですよね。『RO』というイベントの参加料として毎月の課金を支払っているようなものです」と前述のユーザーは語る。

もちろん、サービスである以上、安定したものであったほうがいいに決まっているが、トラブルが起きるからこそ、別の楽しみ方ができるという言い方もできる。トラブルがあっても多くのユーザーを魅了し集めるのは、MMORPGが黎明期であればこそのおもしろさがあることにユーザー自身が気付いているからではないのだろうか。MMORPGは単純にゲーム単独で完結するものではない。コミュニティ全体がゲームなのだ。ある意味、高機能コミュニケーションツールという言い方が正しいのかもしれない。

好きなゲームメーカーとその理由　Ｄ３パブリッシャー■岡島部長が好きだから。変な意味じゃなく（北海道　高等遊民）

PSBB1年目の実情

PS2を母体とするオンライン展開は本格始動したのか？

SCEオンライン戦略 その基本理念

text:スサノヒロキ

6月12日、PSBBユニット店頭発売。同日、PSBB専用ゲームソフト2作品も発売された。この一連の動きからPSBB本格始動と注目される中、SCEが描くオンラインゲーム構想とは何かを検証する。

ゲーム産業参入時から変わらぬポリシー

店頭販売が開始されたPSBBユニットの6月12日から7月上旬までの出荷台数は、約6万台である。

この台数について、SCE広報部長の福永氏は「今後の伸びはソフト次第。クリエイターさんの本領が発揮されるかどうかです」と述べる。この発言からは、戦略がないようにも思われる。

オンラインゲームサービスを主要戦略的商品と言明し、さまざまなオンライン事業戦略を打って出るXbox Liveとは対照的である。

だが、一見消極的にも見える戦略には、簡単には脱却できない、またはプラットフォームホルダーとしてのSCEにパートナー企業がその脱却を許さない、既存の戦略的モデルがあるのだ。

ソニーがPSとともにゲーム産業に参入してから一貫して築き上げてきた他社との関係性の特徴は、その自由度にある。SCEのハード部門は自らをサポーターであると位置づけ、それを堅守し続けている。

これは、新型ハードのアーキテクチャーを公開する際、SCEのサテライト企業にも、サードパーティにも、ほぼ同時に情報公開している様子からもうかがえる。自社のサテライト企業が必要以上にサードパーティより競争優位性を得ることがないように工夫をしているのだ。

この戦略は任天堂や、かつてのセガが常套手段としてきた、フラッグシップ的ソフトを新ハードとともに発売する戦略とは一線を画す。そのポリシーは、新ハード立ち上げ時、強力なコンテンツを同時発表できない要因とも言えるが、フェアなその戦略は、多くのソフトメーカーに新たなビジネス好機を与えてきた。

PS立ち上げ時、SCEのサポートの下、『マリーのアトリエ』を開発し根強いファンを獲得することに成功したガスト、PS2立ち上げ時、『決戦』や『真・三國無双』などを発売し、ライトファン層の獲得に成功したコーエーなどがその好例だ。

このようなフェアで自由な環境を準備することが、クリエイターを刺激し、今までにないゲームが作り出されるということは、SCE側もクリエイター側も充分理解

好きなゲームメーカーとその理由　ゲームアーツ■「ルナ」シリーズ、「ぎゅわん自己」シリーズ、「グランディア」と良作いっぱい（青森県　エミリオ大往生）

しているところである。

シェア拡大のネックとなりうる自由度と公平性

だが、このような成功体験がSCEのオンライン戦略に越えることのできない限界を与えてしまうのも確かだ。

本特集で扱った国内の『ラグナロク オンライン』の戦略を見れば分かるように、PCオンラインゲーム運営企業は、まず自分たちのポータルサイトをオンラインゲームのプラットフォームであると自認すると同時に、イベント企画センターとして捉え、その企画構成力で集客する能力つまり、ゲームを「売る」ということではなく、作品を媒体としてゲストを継続的に「もてなす」ということを最も重視する。それゆえ、MMORPGで欠かせないゲームマスターの人選もシビアであると言われている。このようなさまざまな配慮なしでは、オンラインゲームパブリッシャーが乱立する現状でのシェア拡大は見込めない。また、MMORPG以外の作品でもポータル内の他ソフトとの連動企画を提案するなど、サービス運営でパブリッシャーとして積極的にイニシアチブを取る必要がある。

このような不断の努力が、顧客維持のノウハウなど、オンラインゲーム運営に関しての知の蓄積をもたらしたのは明らかだ。

だが、SCEにはそれができない。SCEはプラットフォームホルダーではあってもパブリッシャーではないからだ。

福永氏の「私たちは基本的にはプラットフォームホルダーですので、間接的なこと、サポートをすることが中心になっています。ソフトの課金、開発関係の相談窓口であるとか、これまでもやってきた位置づけと（オンラインゲーム事業でも）同じにしていく所存です」という言葉が、それを如実に物語っている。だが、自由と公平性を前面に押し出す戦略は、PSやPS2立ち上げ時のようにメーカーの多くがゲームソフト市場を熟知していたからこそ成り立っていたのではないだろうか？

当時、PS参入を決めた多くはすでに任天堂やセガにソフト供給を行った経験のある企業か、ゲームというメディアに対しビジョンを持つ新規参入企業であった。そしてSCEが与えた自由度と公平性は、サードパーティ側の多種多様なビジョンに最も対応していたのであろう。

現在、PSBB事業に参入しているメーカーで、明確なビジョンを持っている企業は皆無と言える。日本ではまだ誰もオンラインゲームビジネスで、NCソフトや盛大ネットワークのような大成功を手中にした経験がないのだ。

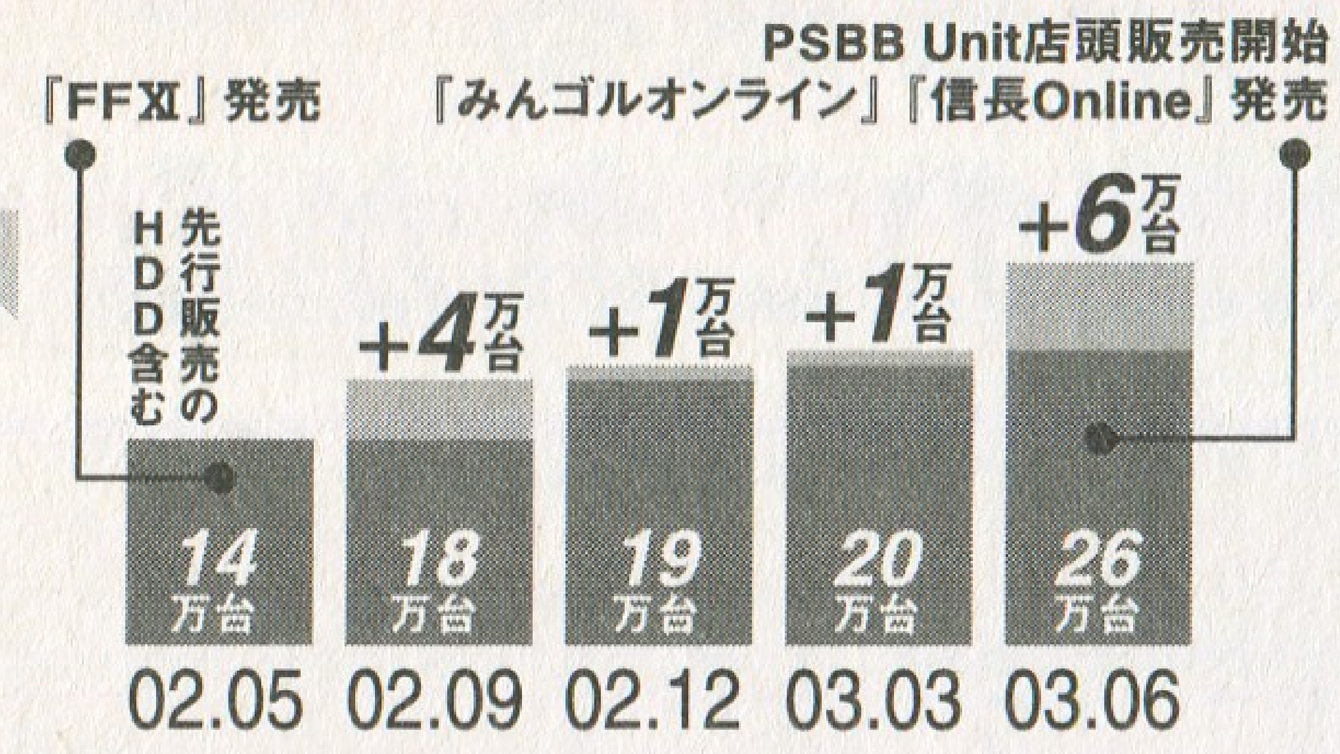
このような情況で、自由度や公平性を与えても、各企業がオンライン事業に対し不安と混乱をきたしてしまうのは自明の理だ。

PSBB事業の勝算について伺った際、しばらくの沈黙の後、出てきた福永氏のコメントが印象に残った。

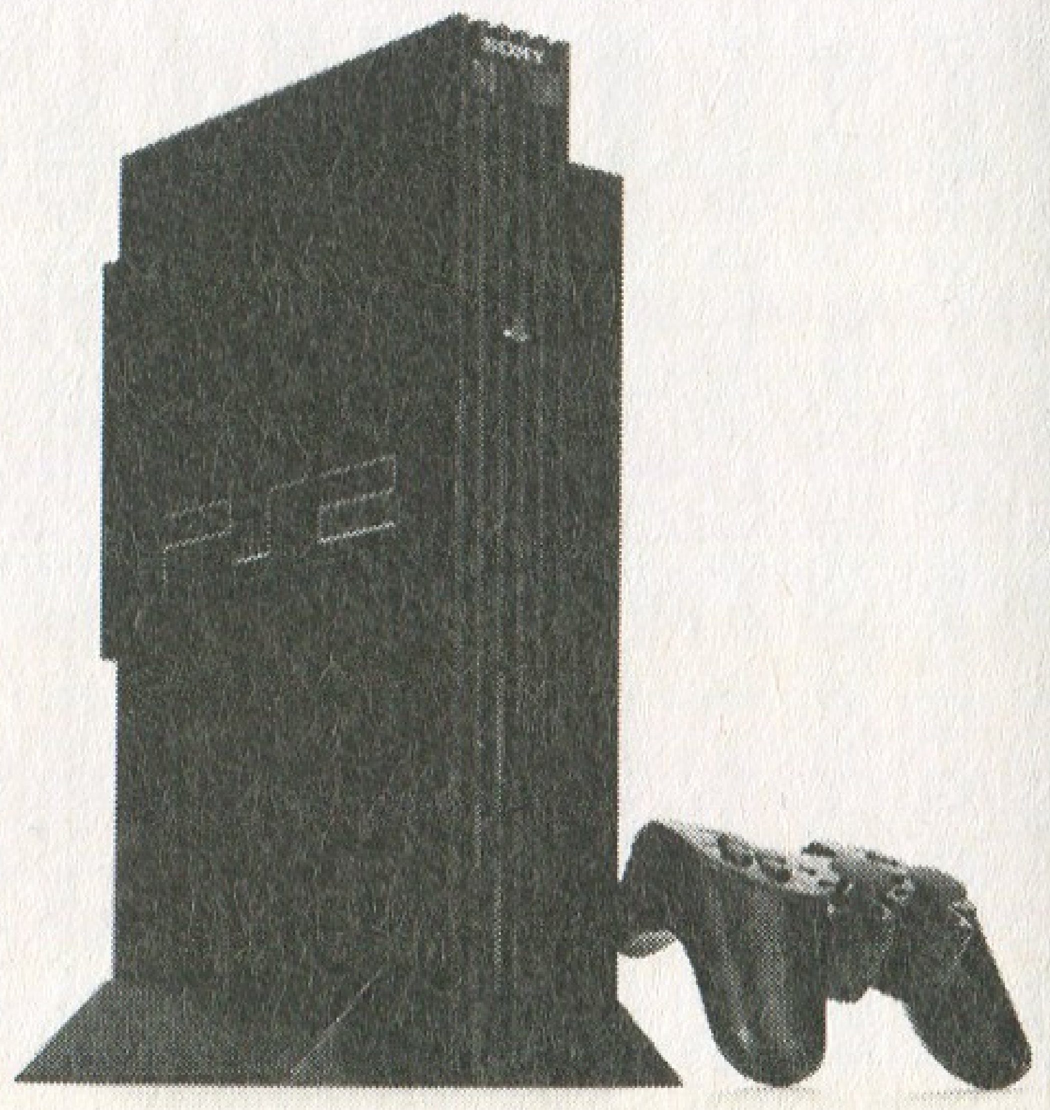
「わかりません。ネットワークビジネスは、幻想ではなく、過信されている部分もあったのかもしれません」

PSBB戦略の成功は、率いるパートナー企業に対して明確なビジョンを打ち出せるかどうかに懸かっている。

PlayStation BB Unit（生産出荷累計）



ＰＳＢＢ関連機器全体の出荷台数は日米累計240万台以上、うち40万台以上が国内（６月末時点／ＳＣＥより）



ソフトラインナップから見る SCEオンライン戦略のこれから

text:スサノヒロキ

ソニーオンラインゲーム戦略の成功は今後のゲームポートフォリオの如何によって左右される！

PSBBの機能を最大限に発揮できるオンラインゲームとは？

PSBBの勝算はゲームラインナップが、いかにPSBBユニットの機能を最大限に活かせるかに懸かっている。だが、肝心の機能的優位性が明確にされていない。本稿では、PCをオンラインゲームの比較対照プラットフォームと想定したうえで、PSBBユニットとPCの機能的差異を浮きぼりにし、その機能的違いを考慮したうえで、今後のPSBB用ソフトのラインナップが、どこまでそれらの機能を最大限に活用しうるのかを考察する。

「多分、韓国ではありえないでしょうね」かつて5年間韓国での在住経験を持つiPark Tokyo（※）の直井氏に、PSBBユニット使用時のキーボード活用の可能性について伺ったところ、このような答えが返ってきた。

「考えてもみてください。大型TVの前で、テーブルをはさんでキーボードを打っている姿が想像できますか？ 少なくとも韓国ではコンピュータモニターの前でキーボードを使用するのが最も理想的な使用方法です」

このことを踏まえると、少なくともPSBBユニットは、キーボードを使用したコミュニケーション主体のゲームを投入しても、PCより不利であることが推測できる。

通常コントローラの活用を前提とするゲームであれば、コミュニティ性重視よりは、ゲーム性自体で魅力を感じさせるゲーム作りがPSBB用ゲームでは必須となるだろう。

一方、17インチ程度が使用上妥当であるコンピュータモニターから差別化を図るには、プラズマ、液晶などの大画面との接続を前提とした作品開発が、PSBBの機能を最大限に発揮できることにつながる。迫力という面だけ考慮すると、ビデオゲームはリビングの大画面TVでプレイするのが醍醐味のひとつだ。『FFX』や『真・三國無双3』などで、その圧倒的な迫力に感動を得た人なら、この考察に共感できるに違いない。逆に、リアルタイム戦略（RTS）のゲームや、『シムシティ』などは、こまごましたユニットをすべて管理する必要があり、解像度が高いモニターのほうが有利だ。

臨場感の演出に優れているFPSについては、現状ではPCに優位性がある。キーボード&マウスでの操作性を前提にした技術開発が進んでおり、ゲームバランスも素早くマウスで照準を合わせることが前提になっているものも多いからだ。また、走る速さやジャンプのタイミングも横振れが多く、通常のモニターで至近距離からビ

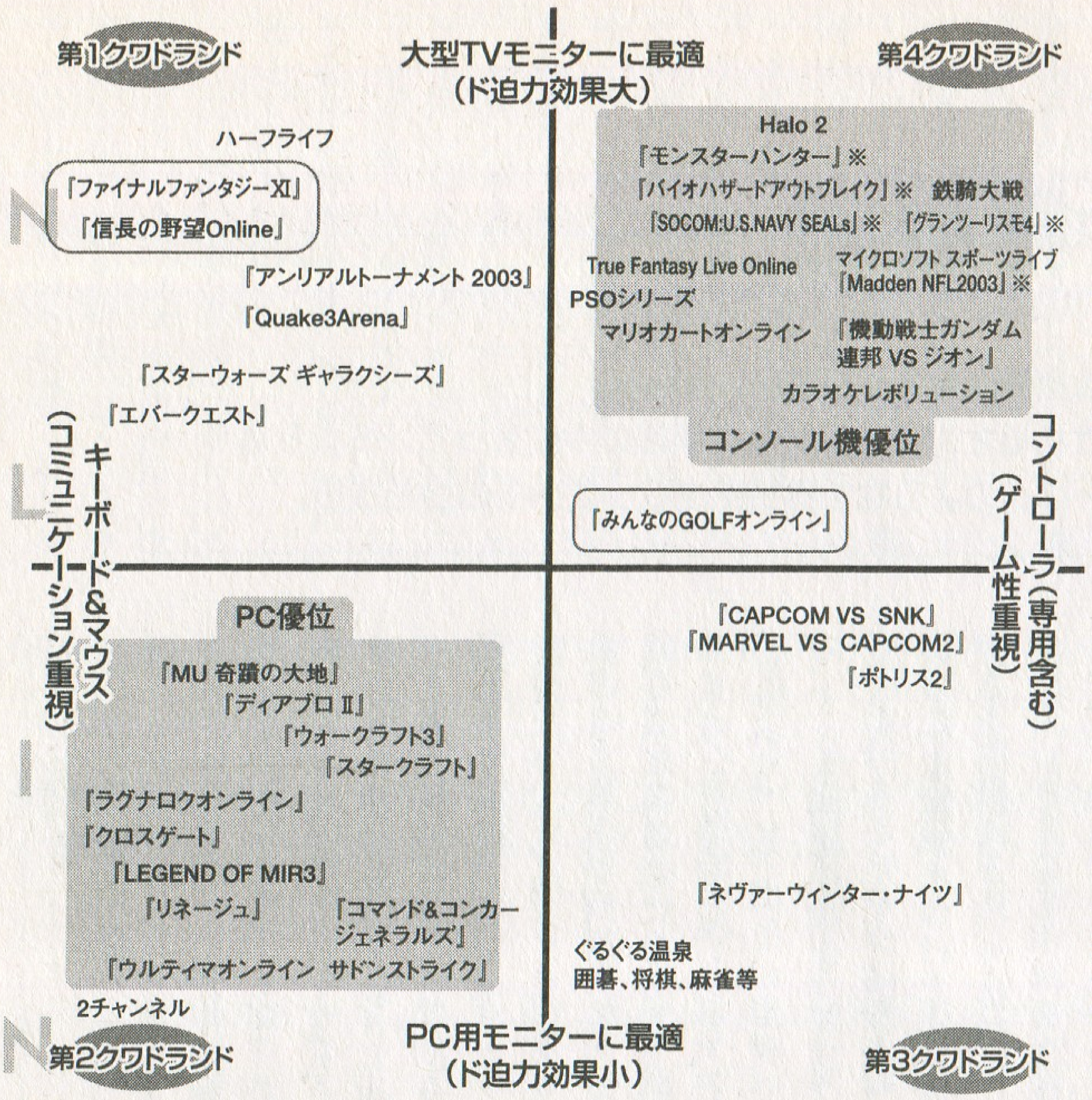


PSBBをカラオケとしても利用できるコナミ『カラオケレボリューション』（2003年9月25日発売予定）
今後のPSBBコンテンツの可能性を示唆している作品だ

好きなゲームメーカーとその理由
カプコン■岡本吉起氏が反体制的だから。ていうか本当にゲームのことを考えてるから。金もうけじゃなく（山形県 武田晋）

ューイングをしながらプレイするよう開発されたようだ。ただ、コンソール機におけるFPSの潜在力を見せてくれた作品もある。『HALO』や『メトロイドプライム』だ。これらの作品はテレビの大画面を見ながらコントローラでプレイをするためのさまざまな工夫がなされており、今後、コンソール用FPSマルチプレイモードを開発する際のベンチマーク的作品になっていくであろう。

コントローラ性質をX軸に、モニター性質をY軸に置き換え、現状を把握してみよう。これまでの考察を総括すると、PSBBの機能を最大限に発揮できるのは、第4クワドラントであると言える。



○はPSBB 専用・対応として発売済みのタイトル
※は今後PSBBにて発売予定のタイトル

本図表はすべてのオンラインゲームを網羅するのが目的ではありません。

ゲームポートフォリオという意味では、さまざまなラインナップが必要ではあるが、オンラインゲームに関してはPCにコンテンツの集中が始まり、事実上、オンラインゲームプラットフォームとしての独占化が進んでいる。これらの市場動向の中でPSBBユニットが差別化するには、より臨場感があり、ゲーム性そのものに魅力を感じさせる努力が必要である。そのような観点から、PSBB専用・対応ソフト群はPSBBユニットの機能的優位性を発揮するコンテンツとしては、バラつきがあると言えるのではないだろうか？（上図参照）

ソニー・オンライン・エンタテイメントとの知の統合の必要性

今後SCEはどこに活路を見出すべきなのだろうか？　それはソニー・オンライン・エンタテイメントで蓄積された知をPSBB戦略の中でしっかりと組み込んでいくことだ。

『タナラス』、『エバークエスト』、そして、『スターウォーズギャラクシー』と欧米オンラインゲーム市場のキラータイトルを継続的に排出する中には、優れた知の蓄積が必ずある。オンラインゲーム業界の老舗にして巨星とも言える、ソニー・オンライン・エンタテイメントとの知の共有を図ることにメリットはあってもデメリットは見当たらない。

これにより、コンソール機におけるオンラインゲームのあるべき姿をより明確に見いだせるはずだからだ。

また、ソニーの得意とするサードパーティの自由な発想の容認も今後の未来を決定づける重要な要素となるだろう。カプコンの『モンスターハンター』ならびにコナミの『カラオケレボリューション』などの発表がその可能性を垣間見せる。その状況は今後のラインナップにも明確に現れている。上図のとおり、発売予定のタイトルの多くはPSBBの機能的優位性を発揮できる第4クワドラントに作品が集中している。PSBB戦略が本格的に始動するのはこれからだ。

※iParkは韓国IT企業と海外企業との連携をアシストするNPO。シリコンバレー、ロンドン、ボストン、東京、上海、北京などに事務所があり、多くの韓国企業を各国企業に紹介している。

着実に進む
PSBB世界戦略

text：中村彰憲

日本の状況だけでは全貌は見えてこない。
世界的規模で展開されるオンラインゲーム事業の中にあって、SCEはシェアを伸ばすため一体どのような世界戦略を取っているのかを探る。

欧米における オンライン事業展開

PS用オンライン機器の販売は先進国各国でもすでに始まっている。米国では、ネットワークアダプター単体の出荷が120万個、セット販売は出荷ベースで90万台が出荷されていると言う。

つまり、オンラインプレイ可能なPS2は米国内で200万台以上存在することになる。これを背景にオンライン対応の『SOCOM:U.S.NAVY SEALs』が出荷ベースで、120万本を達成。オンラインゲームでもミリオン達成が可能であることを見せつけた。充分評価できる実績だろう。

MMOPRGも本年2月12日には『エバークエスト・オンライン・アドベンチャー』のサービスが開始され、堅実な成功を収めているようだ。また、『FFXI』のβテストもすでに開始され、ラインナップも確実に増やしていくようだ。

だが、最も注目されるのは、エレクトロニック・アーツ(以下、EA)がコンソール機用オンラインゲームコンテンツを独占的にPS2に供給すると発表したことだ。

SCEの各ソフトメーカーへの公平性を堅守するスタンスが、EAの全面的な支持を得られることになったのだろう。

レア社、バンジー社、アンサンブルスタジオなど良質なソフトハウスを次々と買収していくマイクロソフトとは対照的である。

このように着実に進みつつあるオンライン事業だが、各国の状況を把握した上で、業務を推進していく必要があるようだ。

電話回線の比率が非常に高く、かつローカル電話料金は基本的に無料の米国では、基本的にBBユニットのセット販売はしていない。また、ネットワークアダプターはBB用と、通常モデム(56K)用の両方が用意されている。

一方ヨーロッパでは、米国と同様、ハードディスクの販売はなく、ネットワークアダプターの販売は6月に開始された。イギリスを中心に着実に数は伸びているという。ただしADSL用のみの発売。欧州では電話回線の規制が国によりバラバラであることがその理由。


株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント広報部部長・福永憲一氏

PC主流のアジア圏での オンライン事業展開

気になる隣国のブロードバンド大国、韓国についてはどうだろうか。こちらもBBネットワークアダプターの発売が7月3日から始まった。

「ブロードバンド回線が非常に普及しており、オンラインゲームプレイヤーも多いので非常に期待しております」と福永氏は胸をふくらませる。

ただ、韓国ではPCがオンラインゲームのプラットフォームとして事実上の標準規格であり、PS2本体の販売数も昨年2月から累

計で30万台と振るわない。そのような中で、PS2房（BANG）の展開が話題となっている。

それについて福永氏は、「まだ始まったばかりですね、と言いますか、ネットワークビジネス自体を始めたのが7月の店頭販売ですから」と前置きしたうえで「SCEの許諾を取らずにやっているところがあるので、そういうところと連携を取りつつやっていこうと思っています。ただ、基本的にはプロモーションという位置づけです。韓国のPCを中心としたネットワークゲームとは別の楽しみがあるということを提供していこうと思っています」とその戦略の主旨を明かした。台湾、香港などでも同様の戦略が取られると思われる。

最後に中国だが、今年末にPS2本体の正式販売がささやかれている。だが、政府の承認プロセスにかなりの時間を要すると思われ、確定ではない。

ただ、中国国内に33万軒ものインターネットカフェがあることを考慮すると、韓国同様、PS2カフェのようなものを展開することがハードの普及につながる可能性は充分にある。

国内外を問わず通底する SCEの確固たる意志

総括的に言えるのは、SCEとしては、自社ハードを世界中の家庭のリビングルームに、継続的に据え置きたいという強い意志があるということだ。それを究極目標とした中のひとつの戦略が、オンライン事業であり、そのために各国の通信インフラに対応したオンライン接続機器商品を供給しているのだ。

だが、発展途上であるアジア各国に同様の戦略がそのまま通用するのかどうかは疑問だ。なぜなら、競合相手となるオンラインゲーム運営業者は彼らの商品をサービスととらえているからだ。売ることで取引が終わるのではなく、継続的な顧客との関係の中でさらなる付加価値を生み出すという意識が主体のオンラインゲーム運営企業がライバルであると気付いた時、SCEが戦略の転換を余儀なくされるのは確実だろう。

ほかのハードのオンラインゲームはどうなってるの〜!?

ANDY　CHEN（陳国中）

いままで、PSBBを追ってきましたが、他ハードの実情はいかがなものでしょうかっ!?　というわけで、さらりと探ってみました。

やっぱりスゲェぞ！ Xbox Live

ハード３機種の中でもオンラインゲーム戦略で一番元気なのはXbox Liveですよね〜。公表データによると、現在全世界で50万人がオンライン状態ということで、なかなかの勢い！　で、でも日本では、Xboxの普及台数自体が35万台程度と少なく、いくらクオリティの高いゲームが発売されても**「うっ！　遊ぶ相手がいねえ〜っ！」**（さびしいよ）。ボイスチャットなど、個人的にはバッチシ！って感じだったんですけどねえ。でも、これは日本だけの話。アメリカではかなり派手になってます。スポーツライブシリーズなんか、すごいねえ。スポーツチャンピオンシップトーナメントとか盛り上がってます。『メックアサルト』も新エリアのダウンロードもできるし。かなりの気合です。でも、日本は……。

やっぱりつなぐの任天堂

「常にわが道を行く」の任天堂ですが、オンラインゲームでもやっぱりわが道は変わらないようです。

でも、オンラインを意識していないわけではないようです。Ｅ３で発表されたＧＢＡとの連動で４人で遊ぶ『パックマン』や、『ゼルダの伝説４つの剣』なんか、まさにそんな感じ。と振り返ると、『PSO』にしてもコンセプトはオンラインだったのではなく**つなぐ**だったのかも。任天堂にとっては、**つなぐ**のおもしろさを極めていくことで自然にオンラインになっていくのを望んでいるのではないでしょうか？

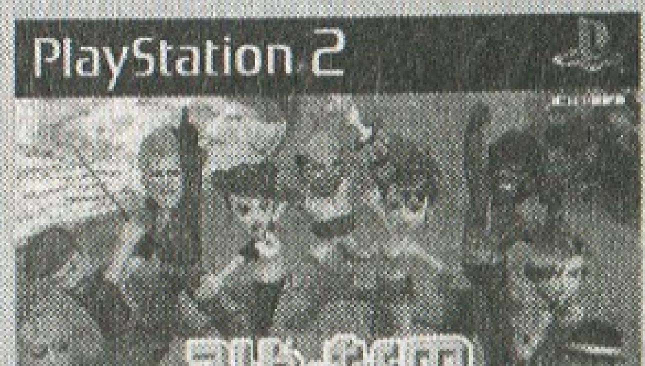
好きなゲームメーカーとその理由　チュンソフト■ゲームのゲームたるものを作ってきたから。でも、『トルネコ』と『かまいたち２』にはショボリ（兵庫県　ポンポンポン）

みんなのGOLF オンライン

オンラインゲーム世界へ ライトユーザーを誘(いざな)えるか

オンラインならではの旨味を見事に引き出す構成ながらも、18ホール終了までトイレに立つ余裕すらもない大会には疑問も。

佐々木潤　プレイ時間：22時間



ジャンル：ゴルフゲーム／メーカー：SCE／機種：PS2／価格：4,800円／発売日：'03年6月12日

ゴルフゲームのプレイスタイルを変えた1本

RPGなどと違い、地味なジャンルの代表と言えるスポーツゲームだが、中でもゴルフはその最たるものだろう。1人テレビの前に座り、コントローラを握りながら一喜一憂する。ある者は自己満足のため、またある者は友人との対戦で勝利を収めるため、黙々とプレイし続けるスタイルがかつては普通だった。

ところが『みんなのGOLF3』は、旧態依然としたゴルフゲームのプレイスタイルを、大きく変えさせた。Web上に「みんGOL.net」を設置し、自分のスコアを申請すれば、全国のプレイヤーとの腕が比べられるようになったのだ。会員数もインターネットの普及が追い風となり、4月の時点で20万人に達している。

しかし、このシステムにはひとつの問題があった。プレイヤーがスコアを申請したい場合、そのたびに公式HPへ行き登録しなければならないという点だ。こういった部分を解消し、さらに今後メインストリームとなるであろうオンラインゲームへの第1歩として、SCE自らが選択したのが『みんなのGOLFオンライン』なのだろう。

ゲームのシステムは、前作に当たる『みんなのGOLF3』とほぼ同じため、このシリーズをプレイしたことのある人ならば、何ら違和感を感じることはない。さらに、オンラインに対応したことにより、スコア申請がボタンひとつでできるようになった。この楽さは、あの煩わしさを体験した人にぜひ、味わってほしいところだ。

これは「新全国大会」として設定され、各コースごとに20回のプレイでどれだけよいスコアが出せるかを競うモードとなっている。

また、オンライン版だけのオリジナル要素として「リアル大会」が加わっているのも見逃せない。一度に100人のプレイヤーとラウンドし、その結果が各ホール終了ごとに随時表示されるため、本当の大会で戦っている気分にひたれる。ホールアウト後は、簡単なコメントを書くことができるので、ちょっとした会話のやりとりもOK。制限時間はあるものの、感覚的にはストロークプレイ。そのため、オンラインゲームが初めてという人でも、強制的な他人との会話が発生しないので、安心して遊べるのだ。これ以外にも、2人以上が集まればすぐに対戦が楽しめる「フリー対戦」もあり、オンラインの旨味を上手に出している構成と言える。

チャットは『PSO』と同じく、吹き出し内に発言が表示される方式を採用しているので、堅苦しく見えることはない。FEPにはA

好きなゲームメーカーとその理由　スクウェア・エニックス……というかエニックス■とにかく色々作るから。そしてそれが売れないから好き（埼玉県 とおる-51）

ＴＯＫが採用されたことで、変換効率もそれほど悪くないのがありがたいところ。吹き出し内に入る文字数がちょっと少なめなのが気にかかるところではあるが……。

ネックになるのは、追加投資と時間

これだけオンラインで楽しめる要素があるにもかかわらず、本作はあまり売れていない。みんなＧＯＬ.ｎｅｔには20万人のユーザーがいるというが、それを考えると少なすぎるのだ。やはり、ネックになっているのは〝ハード〟〝ソフト〟両面での、敷居の高さではないだろうか。



リアル大会で入賞するためには、最低でも18アンダーのスコアが必要。しかし、あまりにも高すぎると思うのだが。

本作に限らず、オンラインゲームを遊ぶためには、それ相応の資金が必要となる。仮にＰＳ2を持っていて、さらにインターネットに接続する環境があっても、新たにＢＢユニットと呼ばれるハードを購入しなければならない。果たして、本作が対象としている〝ライトユーザー〟と呼ばれる購買層に位置する人たちが追加資金として、1万円以上ものお金を喜んで出すだろうか。もし、ＢＢユニットが5000円前後で買えるようであれば、情勢は大きく変わったかもしれない。もちろん、最新型のＰＳ2を購入すればインターネットに即接続が可能だ。とはいえ、その価格は35000円。あまりにも高い買い物だと言わざるを得ない。この時点で、一般家庭では「そんな追加投資をするのであれば、今までの『みんなのＧＯＬＦ3』でいいや」となるのが普通だろう。

さらに、自分のペースで遊べないというマイナス面も大きい。本作のメインとなっているリアル大会は、一定時間ごとに始まる。しかし、プレイがスタートすれば、制限時間内に各ホールを回らなければならない。タイムオーバーになると失格になってしまうため、トイレに立つことすら難しいのだ。はたして、趣味で楽しみたいゲームに時間を束縛されてしまうというのは、いかがなものだろうか。これが従来の『みんなのＧＯＬＦ』シリーズ、またはＲＰＧのような普通のゲームなら、そんな不自由を強いられることもないのだから。

そしてこれこそが、本作を含めたオンラインゲーム全般が「ヘビーゲーマー向け」と思われる、最大の理由ではないかと推測するのだが……。

ＲＰＧ以外の、オンラインゲームの将来は明るいのか？

とはいえ、最終的には、自分自身のプレイスタイルに合うかどうかが問題になってくるだろう。本作がどんなにおもしろいゲームでも、18ホール終わるまでトイレに立てないのはイヤだし、のんびり考えたい場面があるのも確か。そういうことが気にならず、なおかつ時間に余裕のある人ならば、本作を堪能できるはずだ。これに関しては、オンラインゲーム全般に言えることだと思う。

さらに、ある程度のところまで昇段してしまうと、満足する人や飽きてしまう人がでてくる可能性もある。ＲＰＧならば、レベルの上限を少しずつ上げたり、マップを増やすことで楽しみを広げられる。しかし、本作においてはコースを増やすぐらいしか、解決策が見当たらないのだが……。

こういった問題点を解決するブレークスルーが見つからない限り、オンラインゲームに関しては残念ながら、現状ではまだまだ人柱的ソフト、と言わざるをえないだろう。

関連作品

『みんなのGOLF3(MEGA HITS!)』（ゴルフゲーム）
メーカー：ＳＣＥ／機種：ＰＳ2／価格：3980円／発売日：'02年7月18日／
オンライン要素を取り除けば、内容はほぼ同じ。普通にプレイしたいのであれば、メガヒッツ版が発売されているこちらを買うのがお得。少しだけ魔が差したら、オンライン版を購入してもいいかも？

好きなゲームメーカーとその理由　ナムコ■柔軟な発想で面白いゲームを出しているから（宮崎県　ぷうかJターボ）

Online GAME SOFT Review
オンラインゲームソフト批評 02

信長の野望Online

これからの可能性が期待できる生まれたばかりの純和風MMORPG

『全国版』には程遠く、改良の余地がかなり見受けられるが、先行する『FF XI』を超える存在にも成り得る可能性も秘めている。

美樹本　菜
プレイ時間：50時間



ジャンル：MMORPG／メーカー：コーエー／
機種：PS2／価格：6,800円／
発売日：'03年6月12日

『信長』テイストの和風MMORPG

『信長の野望』という、日本を代表する歴史SLGシリーズの名を冠した本作品だが、ゲーム情報誌でも知られているとおり内容はRPG。さまざまな依頼をこなしてレベルを上げ、敵国のプレイヤーや強大なモンスターを倒して出世を目指すという点では、『FF XI』など既存のMMORPGと変わらない。大きく違うのは、舞台が日本の戦国時代であるという点と、敵対する国のユーザーたちが集結し、国の存亡をかけて乱戦状態で戦う「合戦」システムの存在だろう。

プレイヤーの行動により、所属する国の領地が増減する「コンクエスト」システムは既存のMMORPGでも導入されている。しかし、このゲームの「合戦」システムは、戦場となる「野戦場」を舞台に敵味方入り乱れての乱戦を繰り広げ、敵の大将の首を取ることも不可能ではない。相手国の国力をゼロにしてしまえば、国そのものを消滅させることもできる。

合戦は敵対する国の友好度が極端に下がった場合に発生し、一度始まるとリアルで1週間は続くというから、週に1度しかプレイしないユーザーでも参戦のチャンスはありそうだ。残念ながら、筆者がこのレビューを書くために本作品をプレイした期間では、合戦そのものが発生しないうちに締め切りとなってしまった。ちなみに、合戦に参戦するにはレベルが20以上に到達しているか、「与力」以上の身分を有している必要がある。発売からレビュー時点まで1カ月も経過しておらず、参戦資格のあるプレイヤーの数がそれほど多くないことも、合戦が発生していない理由なのかもしれない。

マニュアルは薄くサポートも……

パッケージに同梱されているのは、ゲームディスクと60ページ程度のマニュアルのみ。マニュアルの内容も、コマンドの説明やシステムの説明程度の簡単なもので、初心者がプレイ中に困った際に役立つとはとても思えない。その上でマニュアルの巻末に、ご丁寧な通信販売の方法が記されたコンプリートガイド（もちろんコーエー製）の広告があるのだから、邪推するなというのが間違ってる。

ユーザーサポートも気になる点がある。まだまだ一般的なジャンルとは言い難く、しかも発売当初でユーザーの混乱も予想されるMMORPGなのに、サポートの対応が平日の10時から17時のみ。幸いにも『FF XI』のサービス開始時のような大きなトラブルはなかったようだが、ユーザーの立場としては、せめて発売後1～2カ月

程度は土日もサポートしてほしい。かく言う筆者も、このゲームに搭載された認証システム「DNAS」の問題が土曜日に発生し、やむなくBBユニットの再フォーマットを行った。もしかすると別の解決法があったのかもしれないが、これで保存されていたゲームはすべて消えてしまった。

ゲームを満喫するには日本史の知識が必要

ゲームを立ち上げ、プレイするワールド（サーバー）を選び、キャラクターを作成するとRPGにありがちなストーリー紹介のムービーやイベントもなく、いきなり町中に放り出される。好意的な解釈をすると「この世界の物語はユーザーが作るので、世界設定はありません」ということだろうし、逆の解釈なら「日本史を勉強した奴なら説明不要だろ？」ということなのだろう。ゲームそのものを遊ぶには日本史の知識はそれほどいらないが、戦国時代の武将程度は知らないとNPCの会話が理解できない（筆者はダメだった）。


戦闘はリアルタイム・シネマティックバトルという名のターン制。戦闘中は敵味方のみのクローズド状態に。

優しいRPGに慣れた人には少々厳しいシステム

実際にプレイして最初に気づくのが、プレイヤーに対する優しさ＝ユーザーアビリティの問題で、特に困るのがNPCからほとんど情報が得られないという点だ。このゲームにNPCは数多く登場するが、そのほとんどが無意味な会話しかせず、イベントに関する情報を得ることはできない。この点については、プレイヤーの受けている依頼に応じた助言が与えられる仕様に変更してほしい。

また、物の売買についても面倒で、ユーザー各自が売買したい商品を提示し、売り手または買い手が相手と直接交渉しなくてはならない。『FF XI』ユーザーには、トレードで売買するシステムと言ったほうがわかりやすいだろう。この場合のメリットは相手プレイヤーとの価格交渉ができる点だが、常に画面の前で客が来るのを待つ必要がある。いわゆる「寝バザー」は通用しないのだ。その一方で、生産を行うための素材を集める「採取」や「伐採」を、コマンド記録可能な連射パッドのマクロ機能を使って自動で行うことが可能だ。これについて、コーエーの今後の対応に注目したい。

美しいグラフィックと今後の展開に期待

ここまでかなり辛口な感想ばかりを書いてきたが、大いに評価すべき点も複数ある。キャラクターを別途作る必要はあるが、プレイするサーバーをユーザーが自由に選べる点や、戦闘終了後は必ず無敵モードに入るため、疲弊した状態で別の敵に攻撃される心配がない点、同じ職業でも装備する技能によってバリエーションが出る点、武器やアイテムの生産でも技能の成長が可能なため、純粋な職人としてのプレイも可能な点などは評価したい。また、純和風な世界観のMMORPGがどれだけ楽しいかは、プレイした者にしかわからないだろう。グラフィックも美しく、自分のキャラクターの声までも設定可能なこだわりは、ビジュアル依存型のお兄さん、お姉さんたちにも受けるだろう。

ネットワークゲームの利点のひとつに、サービス開始後でもイベントの追加や修正が可能な点がある。本サービス開始直後ということもあり、まだまだ不満な部分も多いが、今後の改良でより楽しくなる可能性を秘めている。

関連作品

太閤立志伝Ⅳ（SLG）
メーカー：コーエー／機種：PS2 Windows／価格：6800円（PS2）9800円（Windows）／発売日：'01年11月29日（PS2）／
プレイヤーは木下藤吉郎となり、さまざまなイベントをクリアして出世し、天下統一を目指すゲーム。イベントをこなし、底辺から立身出世を目指す点では本ゲームに近い。

好きなゲームメーカーとその理由　任天堂、今はなきデータイースト、少し昔のSNKとセガ■「ゲーム」がやりたいから、「ゲーム」をさせてくれるメーカーが好きだ（滋賀県　PONTA）

海外オンラインゲーム市場動向

オンラインゲーム産業の成功要因とは

未知数の欧米 成長するアジア

text:中村彰憲

オンラインゲームに関しては、いまだ黎明期と言える日本だが、海外メーカーの動きはどうであろうか。欧米とアジアの状況の違いは何に起因しているのかを検証し、海外最新動向を眺める。

SOEによる寡占化が進む MMORPG米国市場

米国市場がにわかに活気づき始めた。ソニー・オンライン・エンタテイメント（以下、SOE）よりリリースされた『スターウォーズギャラクシーズ:AN EMPIRE DIVIDED』が発売第1週でユーザー登録12万人に達したのである。SOEは『エバークエスト』はもちろんのこと、初の一人称視点MMORPG『Planet Side』の正式サービスを5月19日に開始し、欧米MMORPG市場においてのリーダー的存在になったと言える。

しかし、ほかのパブリッシャーも負けてはいない。Vivenldi Universal Gamesからは「指輪物語」の中つ国を舞台としたMMORPG『Middle Earth Online』が、Ubi Softからは映画「マトリックス」の世界を舞台とした『The Matrix Online』が、そしてBlizzardからはWarcraftシリーズの世界を舞台とした『World of Warcraft』が発売を予定されている。ただし、これだけのラインナップがそろいながらも、欧米においてどこまで課金制オンラインゲームが成功するかは未知数だ。今まで、マイクロソフト、ドイツのメジャーパブリッシャーCDV、最近ではEAが『シムズオンライン』で参入を試みたが、いずれも課金登録ユーザー数は最高でも4万人から6万人程度にとどまっている。このような状況下で、サーバー管理、ユーザーサポートなど多くの負担と課題が残るオンラインゲーム運営については多くの企業がその懸念を払拭できずにいるのが現状だ（※1）。

堅調に成長している アジアの市場

成功を収めているコンテンツの多くは韓国製のオンラインゲームだが、中には台湾製や香港製、そして中国本土にて開発されたゲームもそれなりの成功をしている。『リネージュ』で圧倒的な成長を成し遂げたNCソフトは欧米への本格進出も果たした。彼らの資金提供で、アメリカンコミックヒーローの世界観を踏襲した『City Of Heroes』が目下開発中だ。また『リネージュ2』の開発も進んでいる。NCソフトがアメリカンドリームを手にするのは時間の問題だ。

オンラインゲーム産業規模で言うと、'01年から'02年で、韓国が2

好きなゲームメーカーと その理由

テクモ■欲望にストレートな所。Xboxユーザーとしては足を向けて寝れません（愛媛県　こーさか）

68億円から321億円に（※2）、台湾では、172億円から219億円に成長したと言われる（※3）。物価が相対的に低いと言われる中国でも52億円から136億円（※4）に急成長した。

　オンラインゲームユーザー人口は、台湾で500万人、中国が4000万人、韓国でもブロードバンドユーザーとほぼ同数の600万人以上と推測されている。

版権ビジネス確立による新たな販売意欲

　欧米、日本と違い、アジア各国においては、海賊版が横行している。版権ビジネスの共通のライバルは、他社の作品ではなく海賊市場そのものだ。

　香港ゲーム企業の老舗Gameone Systemsの副総経理（'00年当時）テリー・ダオ氏が「最大のライバルは自作品の海賊版であり、その対策として多数の玩具をゲームに同梱して対応する」と語るほど、海賊版の問題は深刻だったと言える。だが、オンラインゲームの登場と、既存の流通システムとはまったく違った独自のシステムの確立することで、版権というコンテンツ産業の収入源の確保に成功したのだ。その中で如実にその成果がうかがえるのは中国におけるオンラインゲーム市場の勃興である。

　中国もほかのアジア諸国と同様、通常インフラでは、書籍、コンピュータソフト、音楽CD、DVDおよび家庭用ゲーム機ソフトとおよそ知的所有権の存在するすべての媒体で海賊版が横行し、WTO加盟後の現在も版権ビジネスは事実上不可能というのが市場の実情だ。

　だが、オンラインゲーム産業は、徹底した会員登録制と、プリペイドカードシステム、そして、非合法サーバーの徹底的撲滅に尽力した企業側の努力によって、海賊版という存在を流通販路から、ほぼ排除することに成功した。

　オンラインゲーム事業の成功を前に、中国政府も積極的に動き出した。中国版ゲームショーの始動である。来年1月16日から18日まで北京展覧館で開催される予定の「ChinaJoy」と呼ばれるこの展示会には、支援組織として、中華人民共和国国際貿易促進委員会、新聞出版総署音像電子和網路出版管理局、そして、信息産業部信息産品管理局が挙げられている。国を挙げてオンラインゲーム産業を促進しようというわけだ。また、これとは別に、中国文化部市場局もオンラインゲームをはじめとするネットワーク文化の行政主管部門として、ネットワーク文化の管理を強化すると表明している。いずれにしても中国政府のオンラインゲームに対する関心が高いのは間違いない。

　これを同産業の成長を見込んだ利権争いの先行動向と見て取れなくもないが。

　これに並行して、韓国が設立したIT産業貿易振興を図る組織団体iParkは北京、上海にも事務所を設立。北京事務所の一部を賃貸オフィスとして韓国ITベンチャーに比較的安価で提供する一方、マッチングセッションを企画、運営し、韓国系オンラインゲームディベロッパーと、中国パブリッシャーとの交流を図っている。この活動の中で『The Legend Of Mir』シリーズの開発スタジオであるACTOZ社と、中国側パブリッシャー亜聯遊戯がめぐり合い、『千年』という武侠風オンラインゲームを立ち上げたのは中国では比較的よく知られている。

オンラインゲーム産業と海賊版流通との関係

　なぜ、このように政府団体や貿易促進団体の強いインセンティブが働いているだろうか？　それを明確にするのが、中国ひいては、



上海のプリペイドカードキオスク　地下鉄構内で堂々と営業し、『RO』の広告も派手に展開されている

アジア諸国で活況を呈しているオンラインゲーム産業の秘密の核心に迫る重要な要素だ。簡潔に言うと、貿易促進組織や行政団体のオンラインゲーム産業への不断なる支援と、堅固に確立された海賊版流通システムの状況は無関係ではないようだ。

中国では、コンピュータソフト販売総数の80%が海賊版であるとされている。海賊版を扱う流通販路も多岐を極め、実質的に大都市に所在する総合デパート、または、総合書店というような超ハイエンド向けの小売店以外は、すべてがなんらかの形で海賊版市場に携わっていると言っても過言ではない。また実勢価格の5分の1程度の価格で同様の作品が長期にわたって流通されているため、消費者もそれが適正価格であるという前提で受け取めるのも無理はない。つまり、既存の版権ビジネスでは、版権を回収できないということを前提にした、流通インフラストラクチャーが確立してしまっているのだ。

当然のことながら、このような形で回収された収益は納税されないという結果になる。これは、中国政府が意図した社会主義型市場経済モデルとは相反する状況である。だからといってこのような流通インフラを規制の強化により排除しようとすれば、行政コストが上昇するだけにとどまらず、海賊版流通に携わっているあらゆる職種、ひいては労働市場にまで、深刻な影響を与えるに違いない。

また、海賊版を排除することは、庶民にとって、エンターテイメント物価指数が一気に5倍ほど跳ね上がることを意味する。もともと、第3次産業がいまだ発達途上の中国において、労働の束の間の憩いであるエンターテインメントを奪ってしまうのは、たとえそれが非合法的な流通形態で得たモノだとしてもあまりにも酷だ。これは、政府にとって由々しき問題である。


オンラインゲームを扱った雑誌が並ぶ北京の書店
オンラインゲームが合法だからありうる光景だ

そこに救世主のごとく現れたのがオンラインエンターテインメント産業だ。通常インフラと比べ、コピー製品を作るのが極めて難しい媒体のため、政府のみならず、正規に登録をしているプリペイドカード販売網、コンテンツ開発スタジオからはじまり、ゲーム情報を報道する各媒体等、合法的に存在し、なんらかの形で経済活動に参加しているあらゆる団体が奨励するのは至極当然のことだ。海賊版と違い、プリペイドカード販売では、それが消費者の手に渡る段階で版権を回収できる。つまり、損益分岐点を試算する際、版権コストをすでに計上した上で価格設定された商品のみが消費者の手に渡る仕組みになっている。消費者も無意識に版権を支払うことに「納得」しているわけだ。政府としても正規取引が行われることは最終的に納税額の向上につながると考えることができる。

オンラインゲームを運営するうえで非常に重要な要素はコミュニティ育成および管理能力であるのは、NCソフトや盛大ネットワーク、そして今回特集で扱ったガンホーの成功がおのずと物語っている。だが、海賊版市場が発達している国ほどオンラインゲームがメジャーカルチャーになる現状を見る限り、オンラインゲーム産業の成功要因を考慮するうえで、政府、小売店、経済促進機構など、オンラインゲーム産業育成にかかわる諸組織のインセンティブがどのようなものか、というのも冷静に見つめていく必要があるように思われる。

※1　IGDA「Online Games White Paper-2nd Edition」より
※2　株式会社グローバルインフォメーション発表より
※3　MIC発表より
※4　IDC発表より

アミューズメントでの オンラインゲーム展開

text:新 清士

PC、コンシューマ機でインターネット上でプレイするものだけが、オンラインゲームの在り方なのだろうか。オンライン＝ネットワークを活用した、いくつかの試みを俯瞰しオンラインゲームの本質とは何かに迫る。

すでに普及しているネットワークゲーム

実は、ネットワークゲームそのものは日本ではずいぶん前から普及している。『ポケモン』で友達と対戦や交換することが前提となっていて、GB間でケーブルを接続する部分からしてそうだ。また、『どうぶつの森』も家族全体が参加して作業を同時並行的に行わなければ、おもしろいゲームと感じられない。これも一種のネットワークゲームと言える。ネットワークゲームとは、『コミュニティデザイン』を行うことにほかならない。

任天堂は首尾一貫して、数人の小さなコミュニティを前提にネットワークゲームをデザインしてきている。E3で発表した4人で対戦するGC版『パックマン』に代表されるGCとGBの連動を「コネクティビティ」と呼んで力を入れ、無理してインターネットゲームに進出してこない。その理由は、すでに一定の領域ではネットワークゲームに成功しているからだ。

さまざまな形態を取るネットワークゲーム

ネットワークゲームが成功するためには、オフラインでのリアルな友人たちとのコミュニティが必須条件だ。90年代前半の『ストリートファイター2』や『バーチャファイター』といった対戦格闘ゲームがブームの時代、我々はそうと認識せずにネットワークゲームを遊んでいたことになる。ゲーム会社はゲームそのものの重要性だけ目線がいって、そのバックボーンを支えているコミュニティにまで目を向けていなかったために一度市場は失われてしまった。ユーザーはゲームにのめり込むだけでなく、それによって作られるコミュニティにのめり込むのだ。

しかし、セガの、カードをベースにした『ダービーズオーナークラブ』や『ワールドクラブ チャンピオンフットボール』はインターネットに接続されていないだけで、確実にネットワークゲームである。

その成功からはネットワークゲームをユーザーがいかに支持するかが読みとれるだろう。ユーザーはカードを交換したりすることで、ゲームだけでなく、ゲームによって生み出されるコミュニティも楽しんでいるのだ。『麻雀格闘倶楽部』(コナミ)も同様だ。なぜ、『東風荘』といった同じサービスを無料で楽しめるサイトがインターネット上にあるのに、わざわざゲームセンターで遊ぶのか。

結局、ゲームは顔が見えている相手と遊ぶのが楽しいのだ。

それを検証するために、ナムコが「LEDZONE」という実験店舗を運営している。『カウンターストライク ネオ』という対戦FPSを日本用にカスタマイズしたゲームの専用店舗だ。韓国でのネットカフェにビジネスモデルが近い。LEDZONEでは、お店を中心にユーザーコミュニティを育てながら、リアルタイムにコンテンツをアップデートしていくというスタイルを取っている。

ネットワークゲームとは、何もインターネット上のゲームだけではない。既にさまざまな形態で我々の周りに存在している。

好きなゲームメーカーとその理由　F・O・G■作品全てにメーカーの気持ちが込められているから(岡山県　管理人Z)

社会問題化するオンラインゲーム

スタンドアローンではありえないオンラインゲーム特有のトラブルとは

ネットゲーム中毒とリアルマネートレード

text:新 清士

オンラインゲームユーザー増加に伴い、その負の側面が報道され機会が多くなってきた。以前のゲームでは考えられなかった特有の問題を引き起こしている。頻発するトラブルへの対応策はできているのだろうか？

ネトゲ中毒を助長する不動産の概念

オンラインゲームユーザーが、常にゲームに接続してないと不安を訴えるようになる。これがネットゲーム中毒（以下、ネトゲ中毒）である。特に不動産の概念があるゲームではそれを助長する傾向がある。

『リネージュ』では、ギルドを通じてユーザーはモンスターを城から排除することによって、それ以後、城を所有することができる。ただし、その城はほかのギルドの襲撃によって奪われる可能性を持っている。しかも、自分がアクセスしていない間でも襲撃は行われる可能性があるために、ギルドのメンバーは24時間交代で常に城の監視を続けなければならない。また、いったん攻撃されたということが明らかになれば、急いでアクセスして戦いに参加することが求められる。

7月『RO』に新たに実装された攻城戦の要素は、まさに『リネージュ』の不動産と同じ概念のために、ネトゲ中毒者を生み出す原因となる可能性は高い。一度「所有」した物に対しての物欲というものは、多くの人間にとって避けがたいものでもあるようだ。

また、ネットワーク上にできた友人関係も拘束性を持ってしまう。何時にどこどこのマップで待ち合わせという約束をしてしまうと、多くのユーザーはその時間を守ることが求められる。ネットのみの友達の場合、電話などのほかの連絡手段を持っていないことが多いために、その約束を守るしかない。

仮に約束を守らなくても、登録しているユーザーについてはアクセス状況がわかってしまうようになっているソフトが多いため、嘘をつきにくい状況にある。

そのうえで、ひとつのダンジョンを探検するだけで半日はつぶれてしまう。夜11時にプレイを開始したとすると、朝までプレイすることは必須になる。そして、最後に次の約束をすると、新しい拘束が生まれてしまい、ネット依存症を高める要因となってしまう。

「ネトゲ中毒」は、パチンコ中毒などのカジノ中毒と同様、精神病の一種と考えられている。精神安定剤など精神科を通じて適切な治療を受けることによって症状は改善する。すでに韓国では、ネトゲ中毒に関するWebページが政府

好きなゲームメーカーとその理由　特にない■1本ごとのゲームの出来が問題。それにゲームを作っているのは、メーカーではなく人間だ（神奈川県　ターミネーター）

により設置されており、問題があると出たユーザーには、精神科への通院を勧めるといったサービスが行われている。

日本では、まだほとんど対策は取られていないため、今後社会問題となる可能性が高い。業界を挙げての早期の対応が必要とされている分野だ。

援助交際まで引き起こしたレアアイテム

もうひとつ、韓国でも大きな問題となっているのが、リアルマネートレード（RMT）と呼ばれる、アイテムなどをオークションサイトなどを使って現金で取引する問題だ。

韓国では、ゲームメーカーなどからは禁止とされているものの、18歳以上のユーザーの取引に関しては禁止できないという裁判の判決が下ったために実質的に認められている状態になっている。高いものは日本円換算で100万円もの取引になることがある。

春に大きな社会問題となったのが『リネージュ』で起きた事件だ。レアアイテムほしさに援助交際をする女子高生が現われたことで韓国マスコミは大騒ぎになった。

これ以外にも、暴力団まがいの組織が、家出した子どもを集めてオンラインゲームをさせて、集めたアイテムを販売することで資金源にするといった事件まで起きている。

いくらメーカー側の規制が行われていても、ユーザーレベルでの取引はすでに浸透しており、オークションサイトといったものを使わないでゲーム中のチャットで簡単に取引を完了してしまうことも多く、実態がつかめていない。

日本でも『ウルティマオンライン』の家の販売や、『RO』でも問題となりつつあるが、取引金額がまだ小額であるために大きな問題とはなっていない。ただ、この分野も大きな社会トラブルになる可能性を秘めている。

一方で、このRMTを単に否定的にとらえるのではなく、肯定的に考える見方もある。ソウルにある中央大学経営戦略科のウィ・ビジョン助教授はRMTを公式のものとして解禁するべきであると主張している。

特殊なアイテムを獲得するためにはユーザーは膨大な時間を費やしている。その時間をお金としての価値として換金することはむしろ当然ではないのかというのだ。

「通常の経済活動の中では、時間をかけて物を生産して販売するというのは普通の行為であって、オンラインゲームだから、ダメというのはおかしいのではないか。むしろ、新しい経済的な可能性を見いだすべきであって制限していくというのは間違っていると思います」（ウィ氏）

ウィ氏によるとメーカー自身にとっても重要な流通システムを、ネットオークションなどを行っている他社に取られている状態で損失を出していると言えるのではないかと言う。

「きちんとした公式の販売システムを整備して一定の手数料を取る仕組みを作れば、メーカーにとっても収入になり、サービスの向上を通じてユーザーにとってもメリットがあります」（ウィ氏）

ただ、韓国では政府によってより厳しい制限をかける方向で検討が進められている。

さらに、オンラインゲームを引きこもりの要因と見なす報道がすでに始まっている。

大切なのは、オンラインゲームを単に否定的にとらえるではなく、メーカーもユーザーも新しい見方をできるようにして対応していくことだと言える。



好きなゲームメーカーとその理由　バンダイ■『Gジェネ』に見る「原作ヲ愛シテル」感（和歌山県　刈谷尚憲）

ネットゲーム中毒への道

まだ日本ではそれほど問題にはなっていない、いわゆる「ネトゲ中毒」。ネトゲは引きこもりを生むのか？　その先にある現実はどのようなものか？　それぞれハマり度合いの違うプレイヤーに話を聞いてみた。

転職活動中の時間つぶし!?

Aさん（男性・無職・27歳）

Aさんは今年に入ってから『RO』を始めた。春に勤めていた会社を辞め、現在転職活動中で時間があるAさんは、自分は決してネトゲ中毒ではない、と言っている。

―以前からゲームはプレイされていたんですか？

「ちゃんとやったと言えるのは『バーチャファイター』だけですね。家庭用ゲームは年に1、2本やる程度、ネットゲームも『東風荘』をちょっと触るくらいなので、特にゲーム好き、というわけではないです」

―『RO』を始めたきっかけはなんですか？

「仕事の関係で今年になってからWindowsマシンを買ったので、せっかくだからネットゲームをやってみたいなと思ったんですよ。去年、姉が少しだけ『RO』をやってて名前は知ってたのと、たまたま『SPA!』に『RO』の記事が載ってたのを見て、じゃあこれにしようかな、と。最初はちょっとオタクっぽい絵が嫌だったんですが（笑）」

―プレイ時間はどのくらいでしょうか。

「仕事をしていたころは帰宅してから夜中まで、無職になってからは、午前中から昼にかけて1、2回、夜に1回、深夜にいつものメンバーと1回で全部で5～6時間やってます。予定のない休日はずっとプレイしてます。でも普通の主婦とかなら、このくらいやってますよね？　どうして僕がこんなインタビュー受けてるのかわからないですよ（笑）」

―それはかなりプレイされてると思うのですが、「ネトゲ中毒」だと思われたことはありますか？

「僕はそんなにハマってるとは思ってないです。というのは、転職活動中という状況で、一番お金がかからず時間がつぶせるものは何か、となったときに『RO』があっただけですから。だからやめるときはあっさりやめられると思いますよ。ただ、今はその必要性を感じないですけど」

―『RO』を始めて変わったことは？

「あまり電話に出なくなりました。彼女に怒られたのでなるべく出るようにはしてるんですが……ゲームやってたから、って言ったらいい顔しないですよね（笑）」

―ほかに日常生活への影響などはありますか？

「まったく出てないと思います。むしろゲームやってる分、以前より家事をやるようになりましたよ。『RO』やりながら転職の方向性とか考えて……。僕は中毒じゃないですよ。中毒って言うのはやめられない人のことでしょう。ぶっちゃけ、ストーリーとかないので、単調でおもしろくないなあと思っている部分はあります」

―でも続けている。その原因または魅力は？

「月並みだけど知り合いができるところですね。キャラが強くなったりレア装備を手に入れることが他人との比較になる。競争意識というか他人の目というか……だ

から何ヵ月もできるのかもしれません。ゲームというよりコミュニケーションツールですね」

毎日5～6時間の「作業」。それはすでに感覚として「仕事」に近いのかもしれない。これだけプレイしていても決して自分を中毒と考えていないAさんだが、逆にプレイ時間が少なくても中毒を自覚しているユーザーもいる。

友達づきあいが減って…
Bさん（女性・29歳・派遣社員）

『FFⅪ』にハマり中のBさんは、同居人のCさん（女性・28歳・派遣社員）に勧められたのがきっかけだったという。前述のAさんと比べて仕事もあり、プレイ時間も少ないのだが……。

――これまでネトゲのご経験は？　またほかにゲームはプレイされていましたか？

「『Ultima Online』（以下、『UO』）を1週間ほど。でも英語がダメで、何もできずに終わってしまいました。家庭用では、『DQ』などの有名RPGや『ビートマニア』など……一般の女性に比べたらかなりやっているほうだと思います」

――『FFⅪ』を始められたきっかけは？

「先に始めていたCさんに勧められたからですね。なにしろ隣の部屋でやってますから興味はあったんですよ。最初はネトゲということで抵抗がありまして、彼女のキャラクターを借りて様子を見てたんです」

――最初からハマられましたか？

「その当時すでにCさんがどっぷり漬かっているのを見てましたので、そこまでは……と思ってたんですが、始めたら一緒でした（笑）。仕事があるので、平日は夜の9時～0時過ぎまで。休日は一日中やったり夜だけだったり。Cさんなんかは、昼に用事があると、その分朝早く起きてプレイしたりしてます（笑）」

――何か生活に影響は出ていますか？

「友人に会う回数が極端に減りました。電話にも出なくなりましたね。これに関してはCさんが特にすごかったんですよ。一時期は本当に電話に出なくなって、心配したお父さんが部屋に訪ねてきたことがありました。それを見ていて、これはさすがにヤバイな、と思いました。Cさんは一時デートよりゲームって感じだったんですよ。ゲーム内での約束があれば、彼氏よりもそちらを優先してましたし……当然すごく怒られてましたね」

――今はお二人とも、以前ほど支障は出ていないんでしょうか。

「友達には今でもかなりあきれられてると思います（笑）。一緒に外に食事に行ってもゲームの話ばかり。ラーメン食べに行ってもCさんと2人でゲームのことをしゃべってます」

――ご自分でネトゲ中毒かもしれないという自覚はありますか。

「毎日やると決めてる時点でかなりキテるかな、と思います。しかもそれを1年間続けているわけですからね。部屋が隣なのに、Cさんと『ただいま』『おかえり』なんてチャットしたり（笑）」

――もしやめるとしたら？

「思いつく中で一番可能性が高いのは、仲間内でのもめ事などだと思います。現実でもゲームの中でも人間は人間ですよね」

ネトゲ中毒かどうかの決め手はプレイ時間ではなく、生活への影響の度合いによるのかもしれない。本人の自覚もそこに大きく関係しているようだ。

さて、ここに出てきたCさんとその彼氏のように、自分の彼氏や彼女が中毒になってしまった場合はどうなるのか。しかもそこにネット恋愛が絡んでいたら……。



好きなゲームメーカーとその理由　タイトー■個性と感性と世界観と商売性を両立出来て、ゲームの質も高い希有なメーカー（茨城県　def）

ネトゲ"信者"への変貌を見て
Dさん（男性・29歳・会社員）

最後のインタビューは、立場で言えばCさんの彼氏と同じ「彼女がネトゲにハマってしまった」Dさん。同い年の彼女・Eさんがネトゲを始めたのは約2年半前のことだった。

――先に始めたのはDさんだったんですよね。

「ええ。でもちょっと合わなかったので彼女にやらせてみたら、ハマられてしまいました。『UO』を始めてからはウチに来てる間中それで遊んでましたよ。もともと友達を作るのが苦手なタイプだったので、『UO』の中で親切にしてもらえたのがうれしかったんでしょう。友達ができたと踊るように喜んでましたね（笑）」

――Eさんはご自分の家ではなく、Dさんの家で『UO』をプレイしてたんですね？

「そうです。家が遠くて、仕事で遅くなった日にはよく来ていましたので……。地元の友達にはゲームをやっているのは内緒だと言ってました」

――様子がおかしいと思い始めたのはどの辺りでしたか。

「話し掛けても上の空だし、遊びに行こうといっても『行かない』と言う。そのうちに頻繁に携帯に電話がかかってくるようになったんです。『姉からだ』というのですが、そんなしょっちゅうかかってくるはずがない。『UO』を始めてから3ヵ月くらいです。あまりにも様子が変なので聞いたら、『実は気になっている人がいる』と。僕のPCでメールもやってたんですよ（笑）。相手の男は『俺とお前は出会うべくして出会ったんだ』とか、まるで小説みたいな文句を並べてました」

――それでEさんの気持ちはネットの中の彼・Fさんに傾いていったんですね。

「完全に人が変わってましたね。すごくたたきのめされたのは、彼女から『私が一番悩んで一番つらい』ってメールが来たことです。自分が悲劇のヒロインになっちゃってる。一番悲しいのは僕だってのに（笑）」

――Eさんはその後どうされたんでしょう？

「相手のF君というのが四国の大学生で『私は彼と一緒に生きていく！』って会いに行きましたよ。まだ一度も会ったことがないのに、すでに生きる・生きないの話です（笑）。そうこうしてる間に彼女、この件とは直接関係ないのですが会社をクビになりまして……」

――密度の濃い話ですね。

「やがてF君も連絡してこなくなったらしく、半年後くらいに泣きのメールがきました。周りからは絶対許しちゃダメだと言われたんですが、僕も情が移ってましたから、1LDKの部屋を借りて一緒に住んで、きちんと就職できるように手伝って。

ところが、戻ってきてもまだ『UO』やってるんです。その時には僕もさすがに気分が冷めました。だから、テストとして『FFⅪ』を与えてみたんです。これにそのままハマったら、人間って変わらないんだと思えるだろう、と。そしたら案の定、毎日朝の3時半までプレイして、話し掛けても返事が返ってこない。それで僕も一切しゃべらないようにしたら、3ヵ月目くらいでようやく反応がありました。それまで気づかなかったのかよ、と（笑）。別れてからはもう、会いたくもないし連絡も取りたくないです」

――Eさんは相当なネトゲ中毒だったようですね。

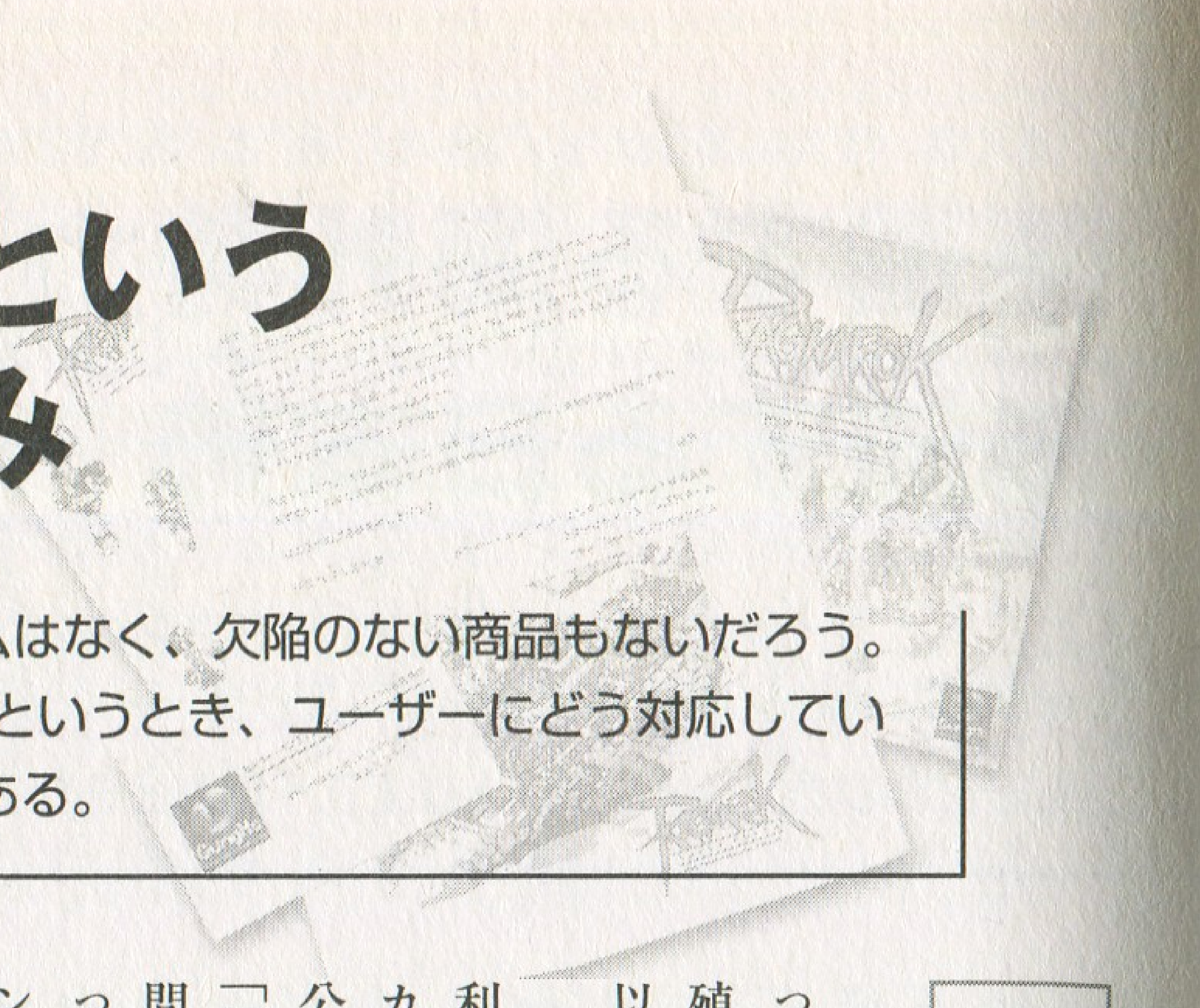
「あそこまで行くと中毒なんてかわいらしいものじゃないです。宗教じみてますよね。信者です。彼女は今も足洗ってないですよ、きっと」

――Dさんご自身は中毒になりそうもないですか。

「僕は、キャラのレベルを上げるくらいなら、本を読んだり勉強したりして自分のレベルを上げたいと思ってます（笑）」

もし二人が結婚していたら、まさに「ネトゲ中毒離婚」だったであろうこのケース。この先、もしかすると日本でも増えていくのだろうか……？

アカウント停止という“死刑宣告”の重み



およそこの世にバグのないゲームはなく、欠陥のない商品もないだろう。それゆえに問われるのは、「いざ」というとき、ユーザーにどう対応していくかという姿勢、サポートの質である。

そこに〝誠意〟はあったのか

2月5日に『RO』で問題となった「不正にゲーム内の通貨を増殖できる」というバグは、有料化以降最大の事件となった。

2月末。ガンホーはこのバグを利用したキャラクターを「永久アカウント停止処分」にし、名前を公開した。しかしそこに多くの「冤罪者」が含まれていたことで問題が大きくなる。今回お話を伺ったNPyon氏は、3月の段階でガンホーが処分撤回をしたレアケースだが、公には5月になってようやく正式な謝罪があった。その間、多くの無実のユーザーは「お前も不正行為をしたに違いない」という目にさらされた。やってもいない罪で裁かれ無実を信じてもらえないのは、現実社会でもネットの中でもつらいものだ。ネットゲームをプレイする以上、誰がいつ、こういった事件に巻き込まれるかわからない。それだけに一刻も早いユーザーサポートの強化・成長を期待したい。

NPyon氏インタビュー

――処分を受けたときのお気持ちをお聞かせください。

「2/27にアカウント停止になっていたときは、周りでも冤罪が騒がれていたのもあり、『またヘマやらかしたな』と軽い気持ちでいました。翌日にキャラクター名が掲載されたのを見たら、『変なことに巻き込まれたようだ』と思いました。正確に調査しろ、と」

――これによる被害は？

「すでに3月分のチケット代金を払っていましたので、もし補填がなかったなら、チケット代が無駄になるところでした」

――3/19に処分を解除されたときのお気持ちをお聞かせください。

「当時すでに半ば諦めていましたので、連絡が来ても『ああ、そうですか』とかなり冷めていました」

――処分解除が3/19と約3週間、正式謝罪までは2ヵ月掛かっていますが…。

「当初は数日～1週間もあれば復帰できるだろうと思っていたものの、名前が掲載されてからは、たとえ冤罪でも復帰は難しいだろうと思っていました。ですので、早いとは言わないまでもそれほど遅くはないと思っています。正式な謝罪については、全員分を一括で処理したかったのでしょうが、個別に素早く対応してほしかったです」

――ミスを認めたあとも、公式サイト上にキャラクター名が残されたままでしたね。

「私自身は、もともと使っていないキャラクターだったので被害はありませんでしたが、それでも誠意を示すという意味で訂正はしてほしかったです」

――この事件の後も『RO』をプレイされていますか？

「今も続けていますが、もし3月いっぱいで復帰できなかったとしたら、もうやっていなかったと思います」

――今回の事件に関しまして、何かございましたらお願いします。

「今回の事件は、冤罪が発生したこと自体よりも、それに対する対応のまずさが問題だと思います。ガンホーには、今後は誠意ある対応を迅速に行ってくれることを望みます」

――ありがとうございました。

好きなゲームメーカーとその理由　Key■『Kanon』をやってすごく泣いた！　キャラクターはかわいいし、音楽良いし、DC版の声優さんの配役もなっとくだ！（愛知県　斬鉄剣太郎）

日本のオンラインゲームの未来

オンラインゲームの主流となるのはPCかPSBBか

躍進する海外勢力 停滞する日本勢

text:新 清士

ここまで、ラグナロクの成功を始め、PSBBの戦略、海外情勢、アミューズメント展開など、オンラインゲームにまつわる状況を見てきたが、果たして日本のオンラインゲームはどこへ向かうのかを予測してみたい。

潜在的には充分ある オンラインゲーム需要

日本でオンラインゲームの時代が来ると言われ、すでに何年も経過している。しかしながら、PSBBは日本ではまだ普及期に入ったとはとても言えるような状態ではない。

日本のゲーム産業の下げ止まりが見えてきたものの、ユーザーははっきりとしたメリットを発見できないと、ソフトの購入までは踏み切ってくれない状況にある。

ただ、今年2月発売のゲームボーイアドバンスSPは、6月までに120万台以上販売している。この結果からユーザーは新規ハードに対して購入意欲を持っていないわけではないことが伺える。『RO』の成功からは、日本のユーザーの中にも充分なオンラインゲームユーザーの潜在需要があることを示している。ユーザーはおもしろいゲームが現れて、適切な値段がつけば遊ぶのだ。また、多くの日本のゲーム会社はオンラインゲームに早期に参入して一度市場を押さえられれば、長期間にわたってマーケットを持つことができることを理解している。ただ、PS2というハードがさまざまな制約を生み出している。PS3が出るのは早くても'05年以後だ。

オンラインゲームが日本で流行しない要因は、ゲームそのものというよりも、ユーザーの求めているオンラインゲームが適切にユーザーの手に渡らない市場構造にあり、日本のゲーム会社とユーザーの間にミスマッチが起きている点ではないだろうか。

揺らぐプラットフォーム PCが主導権を握る時代

過渡期である現在の市場における問題点は、オンラインゲームのためにゲーム会社が注力すべきプラットフォームを確定できないことだ。'07年までは拡大が続くと予想されている市場を牽引している北米市場を意識するならばPS2、アジアの巨大市場を狙うならPCという図式ができてしまっている。

ただ、オンラインゲームについては、北米でもPCが主導権を握る可能性が出てきている。6月26日に発売になった大型MMORPGの『スターウォーズ・ギャラクシーズ』や、E3で高い評価を集めた『ハーフライフ2』が9月に発売されることだけではない。

北米では、『FF XI』がPC版で11月24日に発売になる。逆に、PS2版は来年の予定で、いまだ発売日が確定していない。スクウェア・エニックスがユーザー数を獲得できるPCにターゲットを絞ったと見てもいい。

『信長の野望Online』もPC版の移植が行われているのではないかとすでに噂されている。もともと、コーエーはマルチプラットフォーム戦略を持っていて、『三國志』シリーズでアジアでの実績を持っている以上、そう考えたほうが正しいだろう。3万人で毎月の運営費の収支のラインは超えるように開発されたために、損失が増えにくいように作られているとはいえ、このままPSBBの人数が自然に増加してくるのを待つとは考えにくい。

また、急激に市場が広がっているのは中国で、すでに1500万人以上のユーザーに、33万軒ものネットワークカフェができている。カフェの数は3年後には3倍にまで拡大するという予測データも発表されている。

しかし、これに対しコンシューマ機は海賊版に苦しめられ続けると思われるため、今後とも参入は容易ではない。

北米、中国という二大市場の両方をカバーするためには、PCで開発するのが最善の選択肢だと言える。

そもそも、MMORPGを遊ぶ場合にチャットなどの文字メッセージを見るためには、PCのVGAの画面で見たほうが圧倒的に利便性が高い。TVの640×480の解像度となるコンシューマ機では最初からハンデがある。

また、クライアントソフトの配布方法、課金方法はSCEといったプラットフォームホルダーによって決められており、ゲーム会社にとってはほとんど選択肢がない状態だ。

韓国においては、携帯電話と組み合わせた100円程度の少額決済システムが一般化しており、それが新しいタイプのオンラインゲームを生み出すということが起きている。

オンラインゲームの場合、ゲームデザインとビジネスモデルが密接に関わっており、しばしば新しいビジネスモデルが新しいオンラインゲームを生み出してしまう。この点が、これまでのコンシューマ機用のゲームとは決定的に違う点だ。PCを前提とした場合、ゲームメーカー側に自由にビジネスモデルを生み出せる選択権が生まれるのだ。

日本製オリジナルが登場しにくい環境

しかし、ゲーム会社にとっての問題点は、パッケージ販売によるビジネスモデルでは、日本のPCゲームの市場が極端に小さく、収益を上げられる可能性がまずないことだ。全国への流通網はほとんどなく、小売店は大都市圏のパソコンショップに集中しており、1万本販売すればヒットと言われるような小さな世界だ。これが、今後大きく改善する可能性は低い。

多くの日本のメーカーにとって、パッケージ販売のビジネスモデルを壊すことはリスクが高いと考えられている。月額課金方式だと、いつからどれくらいの利益になるのかがまったく読めなくなるからだ。

韓国製のオンラインゲームにとって決定的に有利なのは、すでに韓国国内でビジネスは一度終了している点だ。そのため、無料のクライアント配布を前提に日本に進出してきてもリスクが低い。

日本のゲーム会社の技術力からすると、韓国のオンラインゲームは追いつけないというほどの技術水準ではない。しかし、多くのゲーム会社にとっては、既存のビジネスモデルから大きく転換する必要性に迫られてしまうため、どうしてもお金をかけて開発することができない。それが、『FF XI』、『信長』以外の国産MMORPGのクオリティに直結している。

今は、日本からオリジナル性を持ったオンラインゲームが登場しにくい市場環境を形成している。ユーザーを驚かすのは韓国や北米のオンラインゲームであるという図式が、しばらく続くことになる可能性が残念ながら大きい。

好きなゲームメーカーとその理由
セガ■アウトローな感じだが、実際にゲームをやってみるとしっかりしてるから（千葉県　御御御付け）

1分でわかる 今号のゲーム業界の動き

2003年5月中旬～7月中旬

今号で扱った時期のゲーム業界の動きをウキウキウォッチング！

5月

12日　MSのXboxなどを扱うホーム＆エンターテイメント事業部門の損失が、前年に比べ2倍近くになったことが明らかになった。

19日　セガの取締役会において、佐藤秀樹氏が取締役会長に、小口久雄氏が代表取締役社長にそれぞれ就任することが明らかになった。

22日　任天堂が、2003年3月期の、連結決算発表資料の中で、GBAの累計出荷台数が、国内において1000万台を突破したことを明らかにした。

28日　ソニーがPS2の機能を活かしたDVD/HDDレコーダー「PSX」を年内に投入することを発表した。

29日　MSが、Xbox本体と対象タイトル1本、または本体とXbox Liveスタータキット購入者に対し、6,800円をキャッシュバックする「Xboxキャッシュバックキャンペーン」を開始した。

6月

2日　任天堂が、同年9月をもってニューファミコンとスーパーファミコンジュニアの製造・販売を中止することを明らかにした。①

5日　米・サンマイクロシステムズが、テレビゲームとコンピュータにおけるJava推進を目的として、ゲームテクノロジーズグループという部門を新設したと発表した。

11日　サードエイジスタイルが、大人による大人のためのゲーム講座と題したイベント「諸兄、ゲームやろうぜ！」を開催した。

13日　コンピュータソフトウェア著作権協会（ACCS）が、「平成15年度第一回通常総会」において、前年度に増加した刑事事件は、インターネットオークションを悪用した海賊版販売であることを明らかにした。

14日　『サクラ大戦』専門ショップである「太正浪漫堂　池袋本店」において、「サクラ祭り」と称した、開店5周年イベントが開催された。

16日　システムソフト・アルファーが、過去の人気タイトルをお手ごろ価格で発売している「セレクション2000シリーズ」（Win専用）で新たに7タイトルを投入することを発表した。

18日　カプコンが、米ロックスター・ゲームスと、昨年度の米GDCAにおいてGame of the Yearなどの数々の賞を受賞した『Grand Theft Auto 3』に関して、PS2、およびPC版の日本語版発売で合意したことを明らかにした。②

21日　幕張メッセで、「第18回次世代ワールドホビーフェア」が開幕。

25日　デジタルコンテンツ協会が発刊した「デジタルコンテンツ白書2003」において、ネットワークゲームの市場が前年と比べて、約4倍になったことが明らかになった。

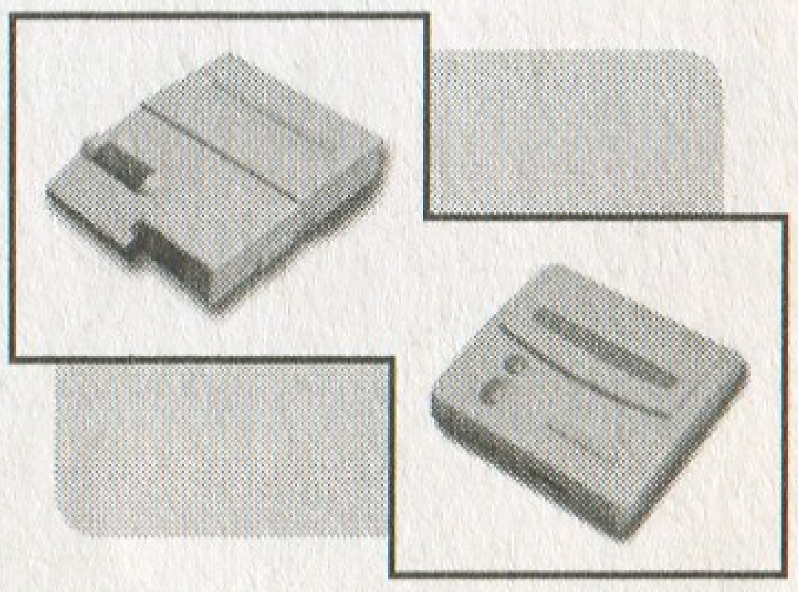
26日　米・ゲームソフトレーティング団体であるEntertainment Software Rating Board（ESRB）が、パッケージにより目立つレーティングの表示や、一部タイトルに対する、詳細な説明を表示するという改訂を行うことを発表。③

30日　サクセスが、7月31日より、PS2用廉価版シリーズとして「Super Lite2000シリーズ」を発売していくことを発表。

7月

7日　'99年に和議を申請・許可されていたデータイーストが、6月25日に破産宣告を受けていたことが明らかになった。

8日　セガが10月1日より、現在9社ある開発子会社を5社に再編し、新たに2社を設立する方針であることを発表。



任天堂の山内相談役は「FCのソフトを活用できないか検討中」だという。ひとつの歴史が幕を閉じた感もあったが、名作はハードを替え生き残り続けるのだろう。



米ロックスターブランド、コンシューマ日本語版としては『マックスペイン』が先に出た。こちらは大した変更も加わらなかったが、『GTA3』はどうなるのだろうか。



日本でもようやく定着してきた感のあるレーティングだが、あくまで対象年齢。強制的に購入を抑制する力はまだない。



『銀英伝』のボーステックに中国から直接投資が

中国のネットワーク市場で60%のシェアを持つ盛大ネットワークが、ボーステックに対して直接投資を行うことを5月27日に発表した。盛大はボーステックの第3位の株主となる。

中国ではネットワークカフェを中心としたPC市場の沸騰が続いている。過去、セガをはじめ何度か日本のメーカーが挑戦してきたが、違法コピーの激しさからゲーム市場を成立させることに失敗している。ディスクが路上で1枚約300円で販売されるなど、多数の海賊版が出回るためにゲーム以外すべてのソフトのパッケージ販売が現在でも大きな被害にあっている。

しかし、ゲームについては、ネットワークカフェという形態が確立されたことで急速にビジネスが成立するようになってきた。ユーザーはサーバーを通しての登録が必要なために、確実に料金を課すことができる。パッケージのように、違法コピーユーザーは成り立たない。

もちろん、中国の通貨元による課金であるために日本円にすると微々たる額の収益だったのだが、ここ2年あまりに突然のブームは状況を一変させてしまった。とにかく、ユーザー数の桁が違うのだ。

規模の桁が違う中国市場

盛大は上海、北京、成都など、中国全土に4000ものサーバーを持ち、33万軒ものネットワークカフェに対してコンテンツを提供している。

現在、韓国製のMMORPGがブームの中心だが、中国企業は日本製のゲームを受け入れることに対しても積極的に動き始めており、今回の資本参加はその一環の活動だ。

ボーステックは『銀河英雄伝説』シリーズで知られる老舗のゲームメーカーで、そのMMORPG版『銀河英雄伝説Ⅶ』（来年発売予定）の提供からサービス展開が開始される。

「『銀河英雄伝説』は中国でも、もともと人気のあるシリーズで、現在も多くのファンを持っています。しかし、ユーザーの多くは違法コピーで遊んでおり、ボーステックが中国から利益を上げることができませんでした。今回の提携を通じて、中国の多くのユーザーに正式なライセンスでサービスを提供することができます。日本のゲームは中国で強く求められており、これからも日本のゲームを中国に持っていくための仕組みの整備を続けたいと思っています」（黄哲氏・盛大日本事務所代表）

これまで日本のゲームに投資といえばアメリカ企業が普通だった。巨大な市場を背景に中国からの直接投資が始まる時代が来たことで、日本のゲーム産業も大きな節目を迎えている。


盛大ネットワーク日本事務所代表の黄哲氏。

2003 E3自腹滞在記

続・E3で洋ゲークリエイターに「ゲーム批評」ライターが出会った

ゲー批ライター独自の視点で威光を放っていた作品群を「ズバッ!」とリポート!!



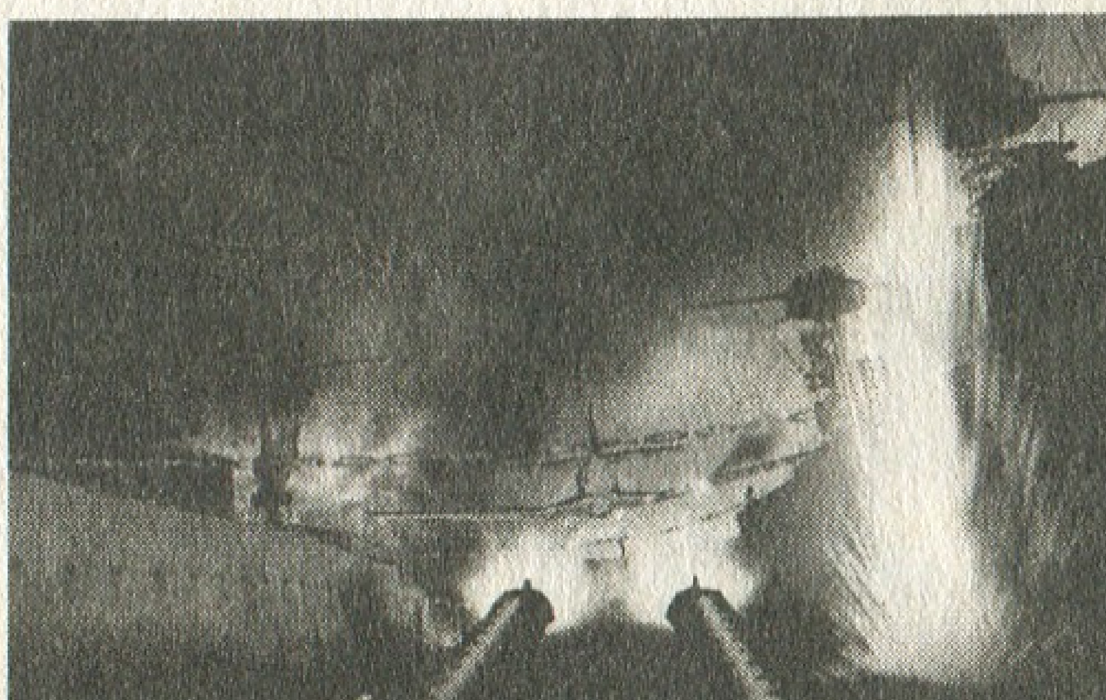
E3 キラリと輝く作品ファイルNO.1
Fable(ファーブル)
ジャンル：RPG
機種：Xbox（オンリー）

『Fable』と聞くと初耳の人も多いかもしれないが、『Project Ego』の正式名と言えば意外に気がつく人も多いのではないだろうか？日本では開発状況がほとんど聞かれなかった本作品だが、英国の鬼オピーター・モレニュー率いるBig Blue Box Studioは黙々と開発を継続していたのだ！　さらに、この作品には複数のヒーローが存在し、お互いがより強力なヒーローになるべく互いに競い合う。クエストを受ける時も、民衆の前で派手にパフォーマンスをすることでゲーム世界での知名度を上げ名実ともに英雄になっていくのがゲームの狙いだ。ピーターの作品の象徴である自由度の高さはこの作品でも健在だ。A・Iシステムについても、今年はパンツ一丁で外をふらついている主人公に、NPCたちが嘲笑している様子がリアルタイムプレイで表示された。肝心の発売予定については、「満足できる作品に仕上がった時さ！」とキッパリ。このポストITバブルの時代でも電脳職人の意識を持つピーターの意思にカッコよさを感じずにはいられない！


ピーター・モレニュー自ら『Fable』を説明する

E3 キラリと輝く作品ファイルNO.2
メダル オブ オナー ライジングサン
ジャンル：FPS
機種：PS2

本作は、真珠湾奇襲攻撃を米国海兵隊側から体感することとなる。攻撃する側から、攻撃される側へ、西での戦いから東へと、あらゆる意味で前作と相反的なセッティングが、第二次世界大戦の壮大さを一瞬にして物語っている。そして、そこには前作以上の修羅場が待っているのだ。15分程度に凝縮された圧倒的なスケールを誇る冒頭シーンは全てリアルタイムプレイで再現されていた。つまり『ライジングサン』をプレイしたユーザーが得るであろう共通体験をE3で先行体験できたというわけだ。見るのと、実際にプレイするのでは格段の差があるのは間違いないだろうが……少なくともゲームプレイよりも、第二次世界大戦の追体験を最重要視したゲームデザインは本作でも健在のようだ。


冒頭のパールハーバーシーケンスには圧巻！

E3 キラリと輝く作品ファイルNO.3
スターウォーズゲームズ
ジャンル：FPS／RPG等
機種：PS2／GC／Xbox／PC

米国では、スターウォーズゲーム

が相変わらず熱い！ しかも、新作を題材にしたゲームというよりは、旧3部作を題材としたものがである。今回は、ルーカスアーツのプロデューサーであるスティーブ・マツラウ氏に話を伺ってみた。

―今年の目玉作品は？

スティーブ・マツラウ（以下S）：GC用に開発された『スターウォーズ レベルストライク』です！ 本作では戦闘機だけでなく、トーントーン、スピーダーバイク、そしてYES！ AT-STにも乗ることができる！ マルチプレイも新機能として加えられ、仲間との協力プレイも実現できたのさ！

―他のプラットフォームでは？

S：PCですが、『ジェダイナイトアカデミー』です。今回はルークが設立したジェダイアカデミーの生徒になり、スキルを向上させジェダイの騎士へと成長するのが目的。訓練として行うミッションから始まり、キャラクターティングや、習うフォーススキルも自由にセッティングできるんです。

―なるほど。でも、さすがにRPGはないですよね？

S：今から舞台を4000年前に移した『スターウォーズ 古の共和国の騎士』のリリースが予定されています。ジェダイの騎士は当然として、ダークジェダイやウオーキー族も登場し、4000年前の時代背景でもスターウォーズらしさには変わりありません。

―ここまで複雑になると世界感を統一するのは大変ですよね？

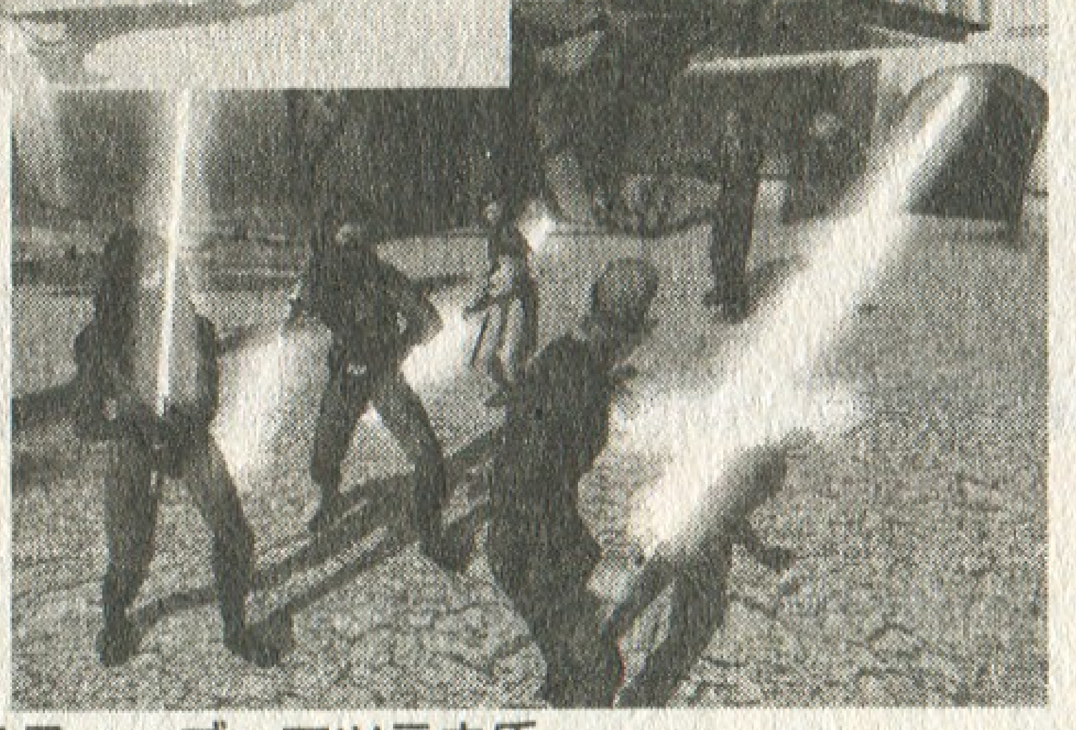
S：そんなことはない！ スタッフ全員がスターウォーズの大ファンですから。その上、新たなデザインや、設定は基本的にジョージのチェックが入りますからね。



⬅「ロードスクワードロン3」本作では単独で、AT-STを爆破出来る！



⬆ルーカスアーツのスティーブ・マツラウ氏。彼自身もスターウオーズファンとか。



⬇BIOWARE社渾身の一作となるSW 古の共和国の騎士

E3 キラリと輝く作品ファイル NO.4

王の帰還

ジャンル：ACG
機種：PS2

去年に引き続き、古城をモチーフにした巨大な展示会場を作り上げ、その中で派手にプレイデモを展示していた、ロードオブザリングス最終作、『王の帰還』。なんと、同作品シリーズのエクゼクティブプロデューサー、ニール・ヤング氏が質問に答えてくれた。

―まずは、前作『二つの塔』、販売本数、全世界300万本以上おめでとうございます。

ニール・ヤング（以下N）：自分自身ではあまり満足してないんだよ。

―えっ？ どういう意味ですか？

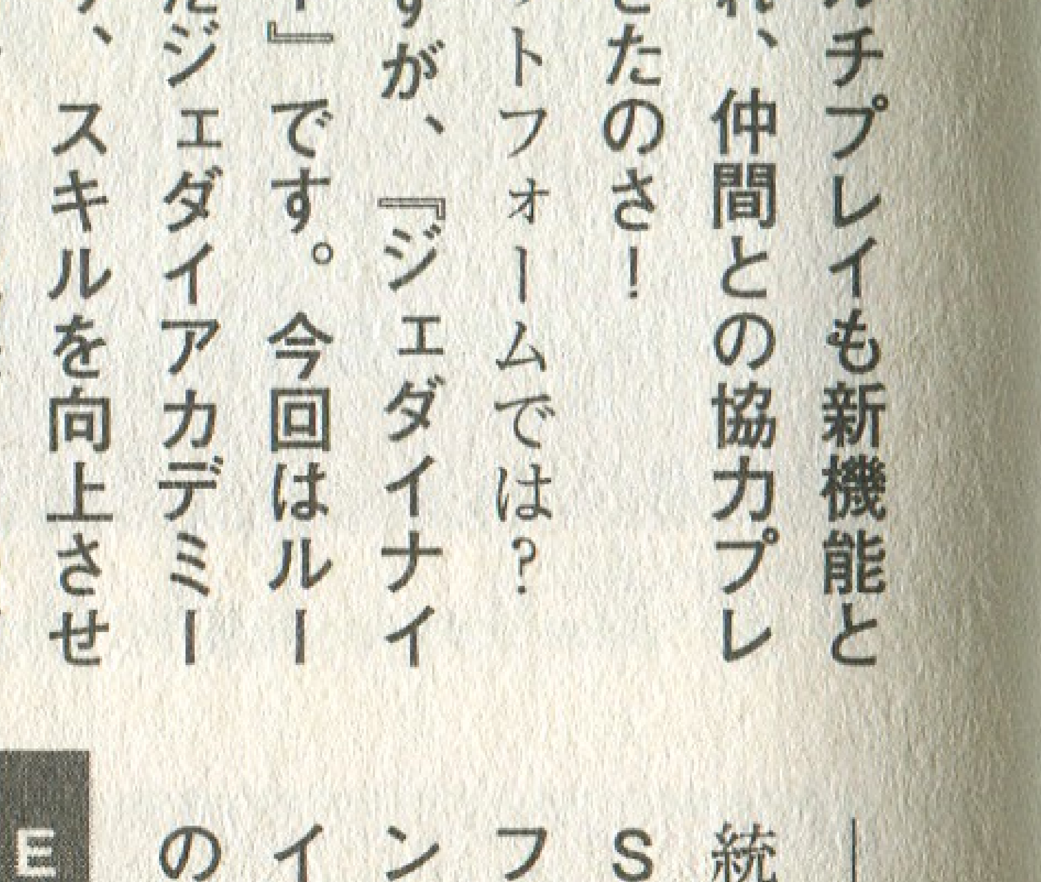
N：あのゲームで僕が何を目指していたかわかるかい？

―えっと、鬼武者とか？

N：違う！ SEGAの『ゴールデンアックス』なんだ！ しかもマルチプレイの。覚えているかい？ あのゲームがACに並んだとき、みんなで騒ぎながら、助け合いながら、敵をなぎ倒していっただろう。たくさんのゴブリンやオークたちをね。あのゲーム感を完全再現するのが僕の夢なんだ！

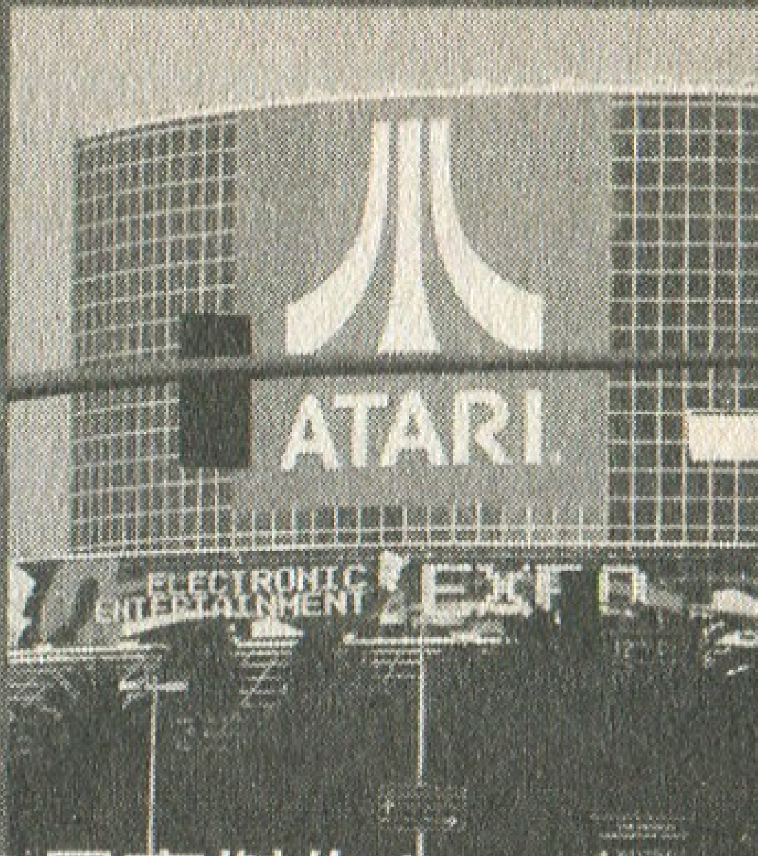
―だから、今回マルチプレイモードが追加されたんですね？

N：そうさ！ それに必殺技的な要素もできるだけ多く取り入れて、ACの臨場感を出せるようにした。前作は時間的制約もあって、『ゴールデンアックス』の手触りしか、再現できなかったね。



エクセクティブプロデューサー、ニール・ヤング。ピーター・ジャクソンと打ち合わせをすることもしばしば。

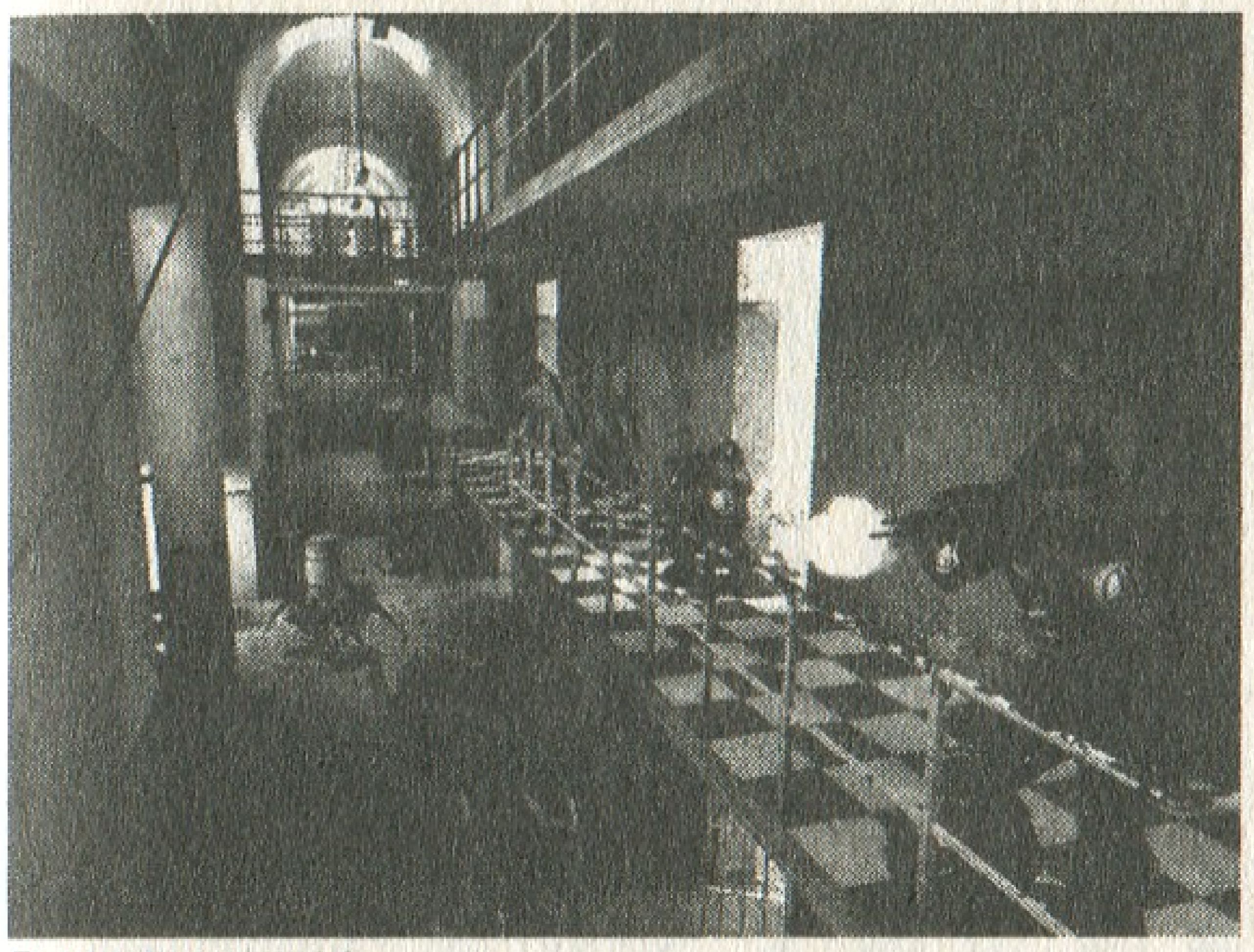
そして、ゲー批的 BEST OF THE SHOW は次のページに!!!



本当にすげぇ〜洋ゲータイトル

ゲー批的　E3 2003 BEST OF THE SHOW

ひねくれゲー批ライターでも切り捨てできなかった文句なしの最高傑作！今回はそのゲーム性およびストーリー性について、Valveの共同創業者にして社長のゲーブ・ノウェル氏に単独独占インタビューを敢行!!



『HALF-LIFE2』
メーカー：Valve Software/機種：PC・Xbox/日本発売日：未定

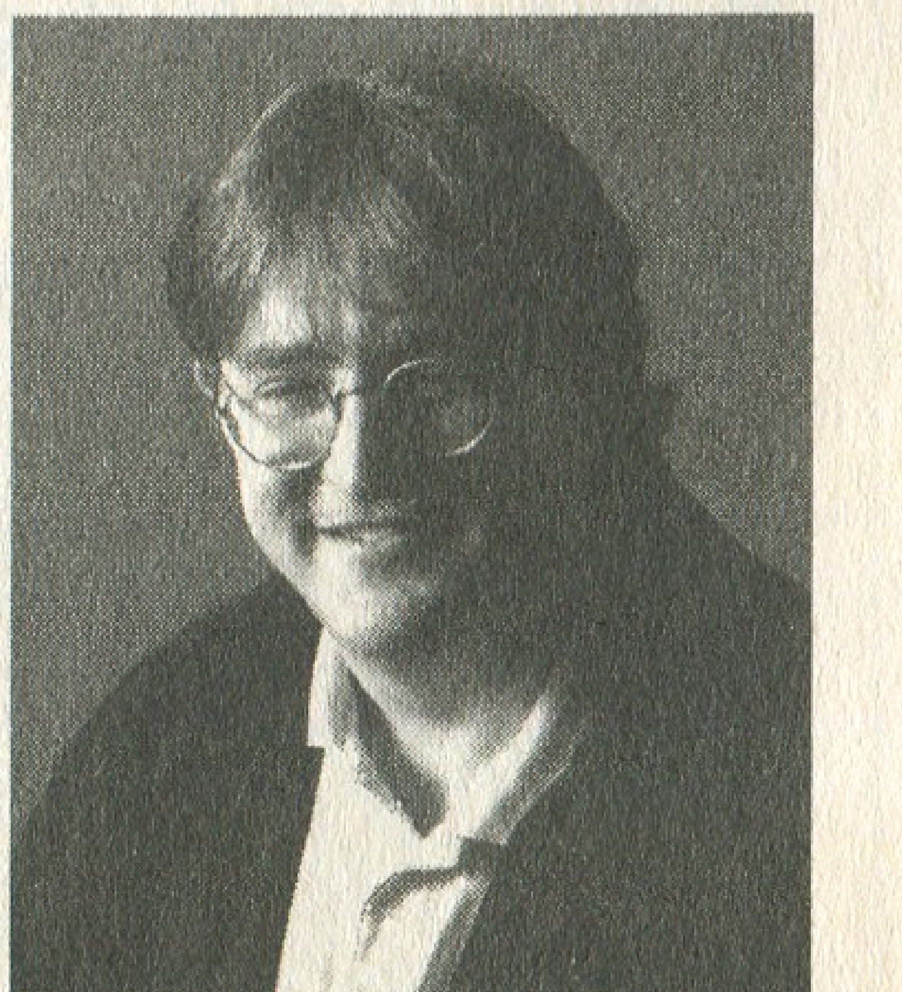
プレイヤーに絶対的な恐怖感を

―E3での発表において、『Half-Life2』にて搭載されるソースエンジン(※)が業界最先端の技術的結集ということは理解できたのですが、本作品におけるストーリーテリングの根源はどこにありますか?

ゲーブ・ノウェル氏（以下ゲーブ）：プレイヤーには再度ゴードンフリーマンになっていただきます。前作をプレイした人たちにとって、懐かしく思えるキャラクターも数多く登場しますよ。ブラックメサでの最後の生き残りである研究職員、クレイナー博士や、ガードマンのバーニーとかね。そこに、アレックスという謎の女性キャラクターが加わります。まず、プレイヤーは主人公であるゴードンフリーマンの混沌から抜け出すという行為を体感することになるでしょう。「どうしたんだ?」、「なぜ、こんなに時間が進んでいるのだ!?」と叫びながら、時間と空間が混乱した心理的不安を冒頭から味わうことになるのです。『Half-Life2』の世界が実際に前作と継続的な時間軸に位置するということを見つけ出すのが、ゲーム前半の中で重要な位置を占めるようになっています。

―前作が800万本を超える大ヒットとなった理由のひとつとして、当時のFPSになかった秀逸なストーリーが挙げられますが、本作品のスクリプトライターはどなたですか? その方はどのような経歴を持たれているのでしょうか?

ゲーブ：ストーリー作りには開発スタッフのほとんどが参加しているよ。でも、マークレイドローが話の骨格を作っているね。特にキャラクターのメリハリや、成長過程、そして、作品性を押し出すための全面的なブラッシュアップに至るまで。マークは、ミステリー小説を発表しているプロの作家だ。ホラー作家年度賞も受賞していて、ほかにも多くの賞を持っている、一流のホラー作家さ。



共同創業者にして社長のゲーブ・ノウェル氏。

―テクノロジーの最先端ともいえるソースエンジンはゲームとしてのおもしろさをどのように向上させているのですか?

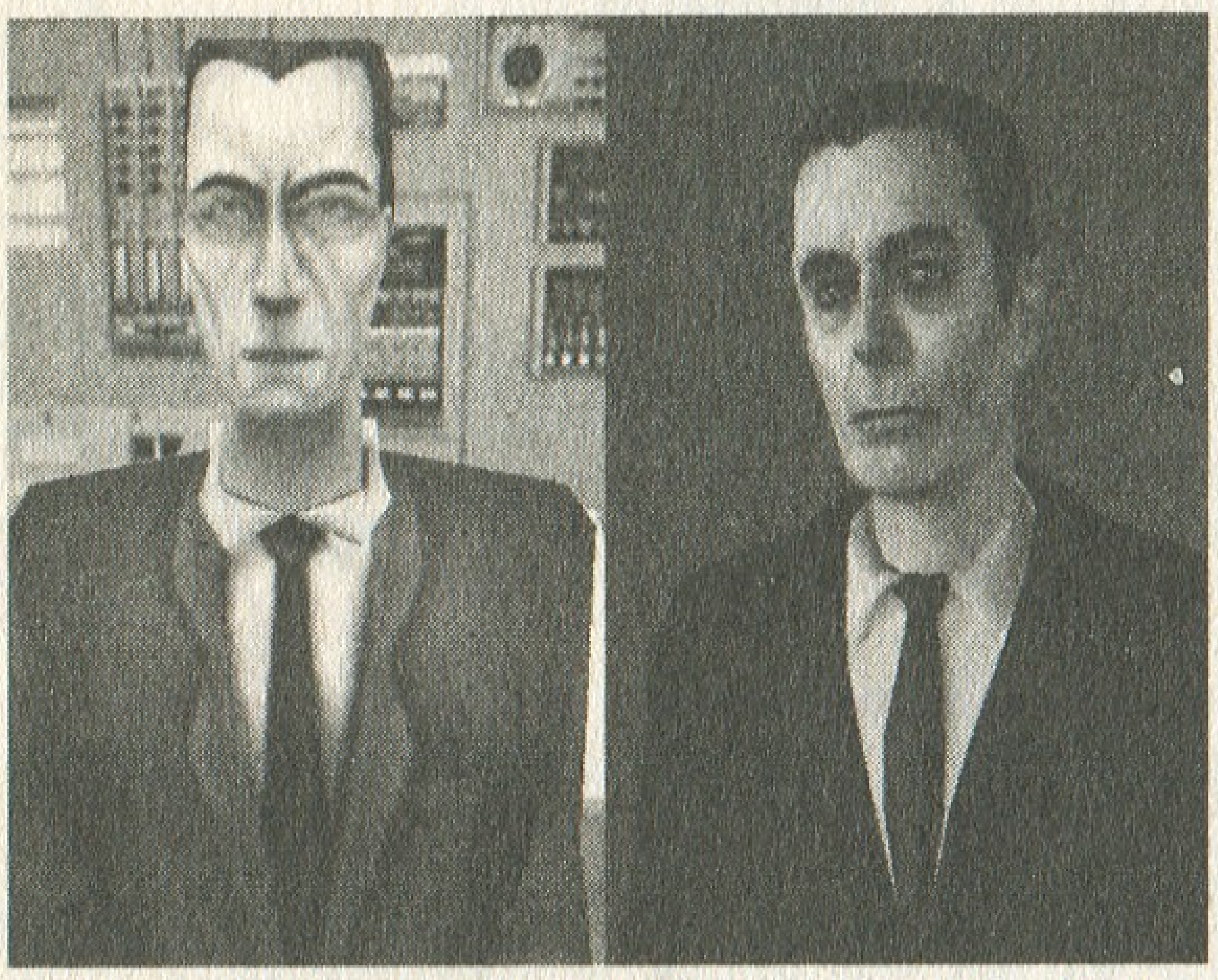
ゲーブ：『Half-Life2』開発初期のころ、まずプレイヤーが僕らの作り上げたストーリーや世界観をいかに体感したか、ということを理解しようとしたんだ。そこから、「よし、これを実現するには、こんな技術が必要だな」とか語り合いつ

※今回E3で最も話題になったValve社の自社開発の3Dエンジン。ハイパーリアルな人物をリアルタイムで表画が可能。　臨床精神病理学博士であるエクマン氏による顔面筋肉分類学の研究に基づいて再現された40の独立した顔面筋肉や、秀逸なA.Iシステム、Havok社の物理エンジン内蔵が注目の的に。

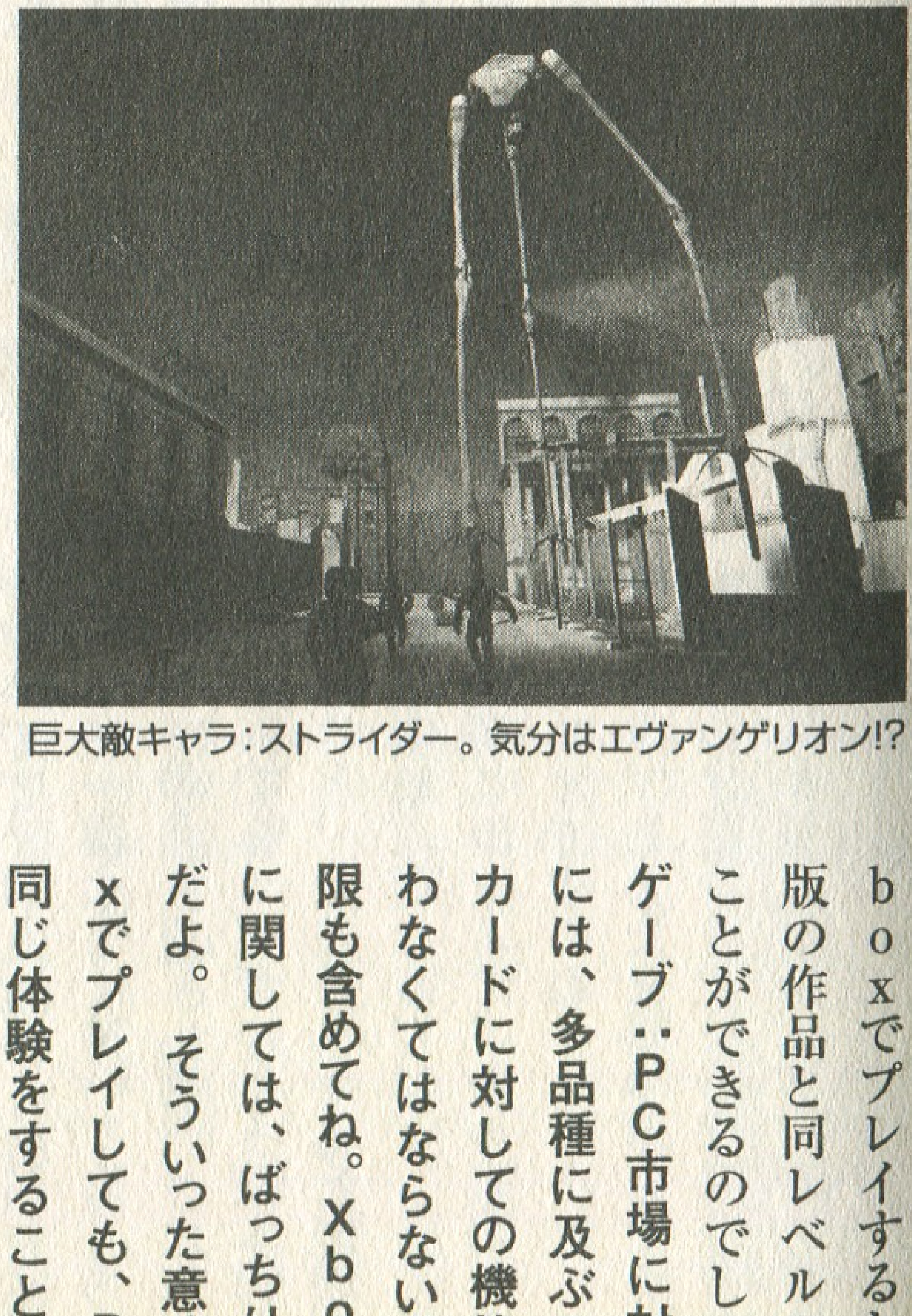
つ、必要な技術をリストアップしていったんだ。自分たちにとって、ゲーム世界にいるキャラクターを絶対的にリアルにしたかった。それが、ゲームをする側の感情を強く揺さぶるからね。心のキャンバスに色を塗る「感情のパレット」とでも言えばいいかな。特にプレイヤーが僕らのゲームをプレイしたとき、絶対的な恐怖感というものを味わってもらいたかった。でも、ただ一人で怖がるんじゃなくて、ゲーム界にいるキャラクターを実在の人物のごとく扱い、自らの恐怖をゲームキャラクターと共有してもらいたかったんだ。敵については、ゲームを進行するうえで、より深く憎悪心を抱いてもらえるように演出したかった。僕らのセオリーでは、プレイヤー自らが中心的な役割で主導的に動くという位置づけこそが、『Half-Life2』の世界に、よりどっぷりとつかるために必要な要素だと思っているのさ。だから、ゲーム内の環境もできるだけプレイヤーの行動に反応、それもただ反応するのではなくて、プレイヤーがまさに主人公になりきるように、正確に反応するようにしたかったのさ。人間の脳は、目の輝き、物理的ショック、弾丸のドップラー効果などに対してリアクションする機能があるけど、電脳世界だとしても、脳がそれを感じて、現実だと勘違いしてしまうような効果を作り上げたかったんだ。そのための努力が前作からの大きな前進だと思ってもらえれば光栄だよ。

800万人が支持した『Half-Life』の魅力

―BGMについてはどうですか？ 前回がゲームのトーンに合わせて変化しているようでしたが……。



G-マン(旧)とG-マン(新)これが同一人物に見えますか？



巨大敵キャラ：ストライダー。気分はエヴァンゲリオン!?

ゲーブ：音楽や音声はプレイヤーのアクションとは別個に存在しているよ。ゲーム環境の一部として、ゲーム進行にかかわるヒントが完全にブレンドした形で収録されているのさ。僕らは音の全体像をサウンドスケープと呼んでいるけどね。これを言ったら音声エンジニアが怒るかもしれないけど、簡単に言えば、恐怖心をあおりたい場所にプレイヤーが近づけば近づくほど、より恐怖感を感じることのできる音楽に、変わっていくように作られているということさ。

―最近Xboxでもリリースされるという情報を伺いましたが、XboxでプレイするときでもPC版の作品と同レベルの体験をすることができるのでしょうか？

ゲーブ：PC市場に対応するためには、多品種に及ぶCPUや3Dカードに対しての機能テストを行わなくてはならない。メモリー制限も含めてね。Xboxは、その点に関しては、ばっちり収まるものだよ。そういった意味ではXboxでプレイしても、PC版とほぼ同じ体験をすることができるって言っていいね。今課題となっているのは、どうやって、将来のコンテンツリリースのアップデートができるか、スチーム効果のサポート、そしてXbox専用コントローラへの対応、といったところさ。

―最後に日本のゲームファンに一言。

ゲーブ：技術面の話題ばかりが業界内ではもちきりだけど、『Half-Life』はそのオリジナリティあふれたストーリーが、多くのゲーマーの支持を得る理由だったんだ。『Half-Life2』でも僕らの作り上げた技術とともに、一生懸命練りこんだストーリーを堪能してほしいな！ 発売を楽しみにしていてください！

ゲームショップで

語れ場

語り手：メッセサンオー本店店長 金寿彦

テーマ3 買ったはいいけどPSBB

ADSLって何ですか？ プロバイダって何ですか？

――今回のテーマはずばりオンライン、PSBBでいこうと考えています。

金店長（以下金）：PSBB、タイムリーなネタだよね。**結果からいうと、売れてない。**そんなに。

――本体同梱だけじゃなく、ハードディスクのみといった単体も売れてないということですか？

金：そうだね。結論から言うと、ハードディスク付きの本体は、みんなが思うほど売れていない、それが前提ね。全然売れてないわけじゃなくて、近頃のPS2は色々とカラーバリエーションとかの限定モデルを出していて、出せば品切れ状態が続いていた。この間の春カラーで言えば、店頭に並んでいるのを見たことないってお客様もいたんですよ。そんなことから、期待は凄く大きかった。やっとハードディスクという面もあって、すぐなくなると思ってたんですよ。入荷数も少ないし。秒殺だったらどうしようと思っていた面があった。だけど**蓋を開けてみれば、淡々としてた。**まぁ、若干プラスな話をすると、『信長の野望Online』（以下『信長』）が売れている。『みんなのGOLFオンライン』（以下『みんゴル』）は売れない。

――そうですよね。オフライン3980円で売っているソフトを、もう1回、しかもそれより高く売る、というのは普通はおかしく感じますよ。

金：全く同じ意見。『みんゴル』＝低価格みたいな部分があるからね。表の話からすると、オンラインゲームをやっているユーザーは、**ゲームというよりも、チャットという部分が強いんだ**よ。『みんゴル』はチャットがあまりないというイメージがあるみたいで、離れちゃったのかなっていう感が強い。じゃあ『信長』のほうが売れるのはなぜかと考えると、『FFXI』＝今さらやってもついてけない、『信長』＝皆スタート同じで、一気にいけるじゃん、っていう部分なんだと思う。裏の話をすると、やっぱり**『みんゴル』は値段が高い。**『信長』が安いのは、発注した分だけ店に入ってきたというのが大きい。それなら安くしようと。なぜかというと、ハードも高くて、キーボード代もかかる、初期費用がかなり高い。だからソフトぐらいは安く売りたくて、通常5980円のところを、さらに300円安くして5680円にしたんですよ。じゃあ『みんゴル』も安くしてよ、っていうのが当然だけど、数もそれほど入ってこないことから、値引き率が悪かった。これが裏の話ね。後は、根本的な問題として、**一般の方にハードディスク付き本体が、100％理解されていなくて、質問が多い。**例えば、この本体を持っていると、メモリーカードいらないって本当ですか？ 答えからすると、嘘です。もちろん半分△なんだよ。今後出てくるゲームは、ハードディスクにセーブできるタイトルがあるから。ユーザーからすれば、PCゲームはハードディスクにセーブじゃないですか？ そういうのもあって、ちょっと知ってるぜ俺、っていう方は勘違いする。SCEが作ったブロードバンドとは、っていうカタログがあって、色んなQ&Aがある。Qに僕たちはどうなるの？ それはねって感じでAが書いてあるような。だけど、**肝心な部分は※が付いてて、下に細かく書いてある**んですよ。こっちが一番大きく書いてなくちゃいけないんじゃないの？ って（笑）。ライトユーザーに売りたいんでしょ。だったら基本的な質問かもしれないけど、**そこをちゃんと説明してくれなきゃ困るよね。**店としては。

――用語じゃなくて、その説明を大きく取り扱えってことですよね？

金：そう。たまたま暇つぶしでカタログ見る方もいるわけだから、肝心な部分が※でちっぽけな文字じゃ見えないよ。だから、**発売初日はインフォメーションに一日中繋がらない事態にな**



イラスト：しろ

る。込み合ってますとか言って。だけど、お客様はどこまでオンラインを知ってるんだろうね？　今は、一人暮らしの人間が多くなって、固定電話がない方も多い。そうなると、ADSL知ってますか？　という問題になる。実際お客様から、PSBBはADSLあればできるんでしょ？　と聞かれたことがあって、結論から言えばそうですよ、って答えた。じゃあ無料で配ってるヤフーBB持って帰ればやれるの？　って言うから、お客様の家の環境次第です、じゃあ環境って何？……と質問は延々と続くから、説明はしなくちゃいけないからね。

――そういうお客様相手に売るのは、怖い以外の何物でもないですよね？

金：怖い。今の話に頷く方ってかなりいると思うよ。固定電話ないやとか、ヤフーBB持ってるけど、あれって無料じゃないの、って。**ADSL＝ヤフーBBで無料と思っている方は多いからね。**どこからが有料なのか分かってない。店は本当に説明することが多くて、大変だよ。

――ユーザーからすれば、そういった面を含めてのSCEの対応、説明という面が怖いですね。

金：確かに。SCEの対応が何時までか分からないけど、通常は10時～18時まで。でも、今は24時間ゲームが買えるじゃないですか。何が言いたいかっていうと、夜に買っていくお客様は、質問できないんだよね。大抵の方は、インフォーメーションやってる時間に、会社とか学校でしょ。よく恩着せがましく、今週は土日も、19時までやってます、とか言うけど、そんなこと偉そうに言うなよ。当たり前でしょ。**ゲームが24時間売っているんだから、インフォーメーションも24時間やれってなる**よ。そういう問題にも対処していかなくちゃいけない。

――それだけ聞いても、かなり怖いですよ。

金：結局昨日だってそう。クリニックに繋がらないから、店にかけてくる。でも、店のできる対応は限りがある。ある一線からは、メーカーの仕事だから、店に全部やって、は無理があるよ。

店頭販売は喜ばしいことですが 問題は山積みですよ、メーカーさん

――日本のメーカーは何かあると逃げそうですね。

金：一年前のソフトを特価で買って、オンラインで誰もいませんでした、ってありえるからね。

――問題は山積みですよね。店頭販売によって、敷居は下がったと思いますけど……。

金：凄く下がったと思う。今までは、ハードディスクの存在を知らなかったユーザーも目にするわけだからね。ああ、こういうもんなんだ、って興味も示すだろうし。または、オンラインゲームを持ってきても、前は通販でPSBBを購入してくださいだったけど、今は店にあるこのハードです、と言えるからね。そういう面で考えると、お手軽になった。**お客様が買いやすい環境は整った。**これは本当にありがたいと思う。今度は、**お客様がもう少し分かりやすい環境だよね。**さっきの話じゃないけど、問い合わせたら電話が全然繋がらない、繋がったと思ったら、業務終了でしたじゃ、困っちゃうからね。そういう部分がしっかりと整ってくれれば、**もっとお手軽にオンラインゲームが遊んでもらえる、買ってもらえる土壌ができてくる**んだと思う。だってみんな興味はあるんだよ。でも、私これからどうすればいいの？　僕はこれからどうなるの？　っていうユーザーが多いから、それに対する解答が一番の課題だよね。

ぢぢいなので前にも言ったような話をします。
21世紀があんまり発展してなかったんでガッカリですが
筆頭はやっぱ「人型ロボットの不在」じゃないですかね？
各地で「アトム生誕記念」とかやってますけど
科学が追い付かなかった事祝ってどうすんじゃい、と
責任者出てこいと人生幸朗なこと思って責任者って誰？

で、科学の発展と普及に一役買うのはエロと相場は決まってますが
その流れで行くと人型ロボットの発展と普及に欠かせないのが
「自動型ダッチワイフ」であるのはこれ必然でありましょう。
当然変型素材でフェイスデータをユーザー好みに変えられて
その変型素材の形状データなんてモノがネットにぶらさがってて
すわ！小倉優子の形状データ！とかをみっけちゃって
興奮してダウンロードしたら何故か阿藤快のデータでした。
で、阿藤快筆頭のレプリカント軍団がレジスタンスを結成して
人類との果てなき闘争行う未来がカミングスーン！（後半発狂）



（発狂著しいので閑話）

「ピグマリオン」をご存知でしょうか？
自分の作った彫刻に恋してしまう
ギリシャ神話に出てくる馬鹿ですが
現代のピグマリオンはことゲーム業界に
安住の地を求めていると馬鹿の筆者は思考。
神話は彫刻との結婚で幸せに幕を閉じるが
現代と現実ではそれはままならず
更に言うと実体もないという
一見不幸せの状況ですが
それはホントに不幸せかと言うと
実体がないから気持ちいいということもあり
手に入ることが幸せじゃないんだよと
無理矢理思想関係に走ろうって具合。

この「N.U.D.E.@」では「マイ・フェア・レディ」の
ように女の子に常識を与え育てていきます。
女の子（P.A.S.S）と自分でオーケーであれば
それ=常識になります。幸せの構図でしょう。
できないことも脳内で行えば更に幸せであります。
ただし「その先」を求めれば不幸せと言えます。
恋慕が嵩じて接触や挿入や摩擦を望めど
彼女はデジタルデータですから御愁傷様であります。
何やら「実体を求める=不幸」な流れになったけど
実際のとこどうなのかと問われれば
中途半端に科学が進んでることで答は出ません。
まあ阿藤快軍団と戦うよりは
デジタルデータに恋するほうが確実に幸福なんですが。

快楽！・ゲーム音楽

～ゲームミュージックはここまで進化している～

近年、有名なＪ・ＰＯＰアーティストがゲームの主題歌を歌ったり、ゲームのサウンドトラックが発売日当日にＣＤショップの店頭を飾るケースも出てきた。

しかしながら、ゲームと音楽は昔から深い関わりがあり、ゲームミュージック独自の発展を遂げてきた経緯があることは、「ゲーム批評」読者なら耳目に新しいことではないだろう。

この特集では、主に家庭用ゲームを中心にその歴史を振り返り、それとともにゲームミュージックの現状を知るため、ゲーム音楽の作曲分野で多大なる功績を挙げている植松伸夫氏、光田康典氏の両氏に興味深い話を伺った。このインタビューを読めば、ゲーム音楽もまたロック、クラシック、トラッド（伝統音楽）といった広い分野から影響を受けていることがうかがい知れるだろう。

この特集によって、あなたのゲームミュージックライフがより一層広がることを祈ってやまない。

快楽の歴史

文◎飴尾拓朗／G-trance

ゲーム音楽が、ひとつのジャンルとして認知されてから長い月日が経過した。本項では、音源やゲーム音楽そのものの変遷を簡単におさらいしてみたい。

黎明期 音源の混戦

ゲーム音楽という単語を聞いたときに「ああ、あれだ」という曲を思い浮かべてみてほしい。ピコピコ音なのか、それとも壮大なオーケストラやヴォーカル入りの曲か。前者は古くからゲームに慣れ親しんだ人が、後者はここ10年くらいの間にゲームを始めた人が思い浮かべるのではないか？ どちらも「正解」である。

ピコピコ音から壮大なオーケストラに移り変わるまでには、この見開きでは到底解説しきれない大きな進化があり、それらを同列に扱えるようになるまでには、長い年月を要した。'80年代は、PSGやFM音源をはじめとしたチップ音源が大半を占めていた。当時、ゲームの制作スタッフは今ほど数が多いわけではなかったので、開いた穴を自分たちで埋めるためにプログラマーやグラフィッカーなどのスタッフが、他業務の片手間に作曲することが多かった。

ファミコン（以下FC）に採用された音源は、正確にはPSGではなく波形メモリをベースにしたFM方式のカスタムチップなのだが、正弦波、矩形波、鋸波といった単純な波形を駆使しての作業は、常に限られたメモリ容量との戦いだった。「いかに音楽として聴かせるか」にしのぎを削り、曲を聴くだけでメーカーが特定できるぐらいに個性的な音が出回っていたのもこのころだ。

'80年代後半から'90年代前半にかけては、チップ音源を用いたゲーム音楽の全盛期だった。

波形メモリ形式の音源は単純な波形を記憶させ、チープながらも生音に近い音を発生させることができ、PCエンジンやリンクス、末期にはバーチャルボーイなどに採用された。そして、FM音源は複数の波形を合成させて独特の音を奏でる音源で、家庭用ハードではマスターシステムやメガドライブに用いられた。これは、後述のPCMと組み合わせて用いられることが多かった音源でもある。

FCやMSXに対応したタイトルにおいて、カートリッジそのも

音源史図表

	80年代前半	80年代後半	
PSG音源	83 ファミコン（PSG） 83 SG-1000（PSG/矩形波αノイズ）	86 ディスクシステム（疑似FM）	89 ゲームボーイ（ステレオPSG）
FM音源 波形メモリ		87 MSX2+（ヤマハFM） 87 PCエンジン（波形メモリ）	88 メガドライブ（FM/ADPCM）
PCM音源			
CD-DA		88 CD-ROM²（CD-DA）	

のにカスタム音源チップが搭載されたのもこのころだ。音源ポートを追加することでハードの性能を引き上げるという発想は、コナミがMSX用に開発したSCCと呼ばれる波形メモリ形式の音源が最初で、同社のFC用タイトルにもその技術が転用された。任天堂をはじめとした他社でもカスタム音源チップが採用され、少数ではあるが味わい深い曲がユーザーの心をガッチリとつかんだ。

PCM音源は、前述の通りFM音源と組み合わせて用いられることが多く、メガドライブ（正確にはADPCMと呼ばれる、PCMよりも質の低い音源だが）やネオジオなどに搭載された。本格的なPCM音源は、スーパーファミコンに搭載されたが、データバッファに使える領域が非常に少なかったため、その性能を限界まで引き出せるようになったのは随分後のことだった。一方、カートリッジベースでCDクオリティのPCMを実現しているのが、アタリのジャガーである。

生音のメリットとデメリット

CD－DAを最初に搭載したのは、PCエンジンの周辺機器として投入されたCD－ROM^{2}だった。音楽CDと同じ質で収録できることから、当初はビジュアルシーンの会話などに用いられることが多かった。ところがCD－DAが使えるようになったことで、それまで見えなかったデメリットが発生する。これまで音源チップを介した作曲をしていたコンポーザーたちにとって、今までの音源性能をはるかに凌駕した「生音」は性能を持て余した。新しい音源に見合うだけの曲を作るために苦労を重ねたコンポーザーも多かったが、同時に作曲を外注するメーカーが多くなってきた。外注にシフトしたデメリットとして、ゲーム音楽としての「曲」を理解していない「一般のミュージシャン」が大量に流れ込んできたために、ゲーム音楽全体が玉石混交の様相を見せ始めたのもこの頃だ。

月日がたって、試行錯誤の末にCD－DAの特性を理解し、効果的な運用方法を見出したころにはすでに32ビット機が市場に投入されはじめ、データの記録媒体としてCD－ROMが隆盛を極めた。この頃の内蔵音源に関しては目を見張る性能があったのだが、業界全体としてはそれらを有効活用するよりもいかにCD－DAで雰囲気のある曲作りをするか、という方向にシフトしていった。

チップ音源の全盛期以上に、流れる曲のジャンルや演出に目が向き、音源そのものが重要視されなくなってきたかに見えたが、チップ音源そのものは携帯ハードやパチンコ・パチスロの音源に使われ、現在では携帯電話の音源チップとしても絶大なシェアを誇り、再び脚光を浴びているのは周知のことだ。CD－DAがメインの中で培った演出方法やジャンルなどは、携帯ハードにもフィードバックされ、近年ではゲーム音楽全体のレベルも向上が図られている。

ピコピコ音に満足していたころの自分たちが今のゲーム音楽を聞いたら、どんな顔をするだろうか？

90年代後半～		90年代前半	
01 ゲームボーイアドバンス（PSG/PCM）	98 ネオジオポケット（PSG）		
	95 バーチャルボーイ（波形メモリ）	94 PC-FX（波形メモリ/CD-DA）	
01 ゲームキューブ（ストリーム再生）	96 ニンテンドウ64（PCM）	93 ジャガー（CDクオリティPCM） 94 セガサターン（PCM32ch/CD-DA）	90 スーパーファミコン（PCM） 91 ネオジオ（FM/PCM/ストリーム再生）
00 プレイステーション2（PCM/CD-XA）	98 ドリームキャスト（ADPCM64ch/CD-DA）	94 プレイステーション（CD-XA）	91 メガCD（PCM/CD-DA）

※音源チップに関する詳細な解説は、弊社刊「そうだ、ゲームミュージックを聴こう！（監修：G-Trance／罰帝）」を参照。

ゲーム音楽作曲家のプロフィール その1

植松伸夫氏

『FF』だけじゃない ベテランのルーツを探る

聞き手◎罰帝／G-trance



ゲーム音楽の歴史を語るうえで、この人の存在は欠かせないだろう。『ドラクエ』のすぎやまこういち氏と対として語られることも多い『FF』サウンドの生みの親・植松伸夫氏だ。サウンドを担当した『半熟英雄 対3D』が発売されまだその興奮冷めやらぬ植松氏に、これまでの歴史と今後の展開について伺った。

——植松サウンドと言えば『ファイナルファンタジー』（以下『FF』）シリーズなどでおなじみですが、曲を作る際に心掛けていることなどはありますか？

植松：格好良い言い方をすれば「常に上を目指す」ことですけれど、上に行けたと思ったことは1度もないですよ。初めて曲を作りたい、メロディを作りたいと思ったときから、行きたい方向は変わっていないです。

——方向が変わらないというのはどういうことでしょう。作曲で悩むことなどはありませんか？

植松：悩みますよ。毎回「次はもっと凄い、これまで以上の作品を作ろう」と思って自分の実力以上のものを目指すのですが、作ってみると「こんなのじゃ駄目だ、こんなのじゃ駄目だ」と葛藤してしまって、いつまでたっても自分の実力以上の作品が作れないですね。

それが過ぎて「自分の実力はこの程度なんだ」と気がついて開き直るとすんなりできちゃいます。実は締切には強いですよ。プレッシャーがかかるとできるんですね。

——作曲環境、機材はどのような物を使っていらっしゃいますか？

植松：シンプルですよ。昔は皆と同じようにパソコンにシーケンスソフトが入っていて、マスターキーボードがあって、音源を並べて、という感じだったんですけれど、今はもう音源をたくさん並べるのが面倒なので、SC—88っていう小さな音源1台だけでやってます。

SC—88って、DTM（デスクトップミュージック）入門用のような音源なので、いまどきのDTMをやっている中学生より機材は少ないでしょう。

なぜそうなったかというと「ひとつの音色」を探すのが面倒なんです。音源機材がたくさんあると、曲を作りながら音色に悩みますよね。その悩む時間がもったいないんです。「こんな曲にしたい！」という発想が浮かんだら、ガーッと最後までメロディを打ち込んでしまいたいんです。もちろん音色は後で替えますよ。誤解する方もいらっしゃるんで付け加えると、SC—88は作曲の時だけです。

プログレの与えたショックと影響

——植松さんの音楽を聴いていて気がついたんですが、ご自身の音楽のルーツはロックに？

植松：そうですね。プログレ（プログレッシブ・ロック）好きでしたから。昔はカーペンターズやサイモン&ガーファンクル、エルトン・ジョンなどのポップスや、レッド・ツェッペリンやディープ・パープルなどのロックを聴いていましたが、中学生の時にEL&P（エマーソン・レイク&パーマー）

の「展覧会の絵」と、イエスの「危機」というアルバムにガツーンとやられました(笑)。「こんなに(音楽的に)好きなことをやっていいんだ」ということを理解した瞬間だったと思いますね。

それまでのロックは、不良がやっていて、ディストーションをかけたギターで「ギュイーン」とやって「イェー!」みたいな「発散型」のイメージでしたけれど、プログレはそうではなく「作品として作り込まれたロック」であったので、それがショックでしたね。以降、お決まりのようにクリムゾンやジェネシス、ピンク・フロイドを聴いたり。

'72年というのが、自分の中でさまざまな方向に向いていた興味が、音楽に集結したことを実感した年で、人生が変わった重要な年なんです。誰も信じてくれないかもしれませんが、当時プログレってはやっていたんですよ。あるプログレのアルバムが天地真理より売れていたり。そういうブームが、僕の影響を受けやすい年齢と重なって、インパクトをがっちり受け止めちゃったんでしょう。

――「これぞ!」という、お薦めの作品を1つ挙げるとしたら?

植松:ジェネシスの「フォックストロット」というアルバムですね。もう、今までに聴いたことのない不思議な和音がアルバムの1曲目から鳴っていて、これからどうなっちゃうんだろう? という不思議な感じがします。

プログレという音楽は、1回2回で理解するのは難しいと思うんですが、クラシックと同じで、何度も聴くことで耳が慣れ親しんでそこで初めてわかる快感、っていうのがあるんですよ。

――ゲーム音楽作曲家に「プログレの影響を受けた」という方が多いように思えるのですが。

植松:ああ、僕もそう思います。ほかの方が作ったゲーム音楽を聴いていると、「この人はクリムゾン好きなんだな」などと思うことがありますし、プログレとゲーム音楽の実験性は似ているものがあると思いますよ。たとえばパイプオルガンの曲を作ろうとしたとき、バッハの研究を始めるよりはリック・ウェイクマンをコピーしたほうが、抽出すべきエッセンスは同じですから素早く表現できるでしょう。「簡単に模倣できる」と言うと語弊がありますけれど、プログレが最も簡単に格好良く難しいことをやっていると人に思わせることができることを知っている人がゲーム音楽作家に多いんじゃないですかね? 僕もそうですし。

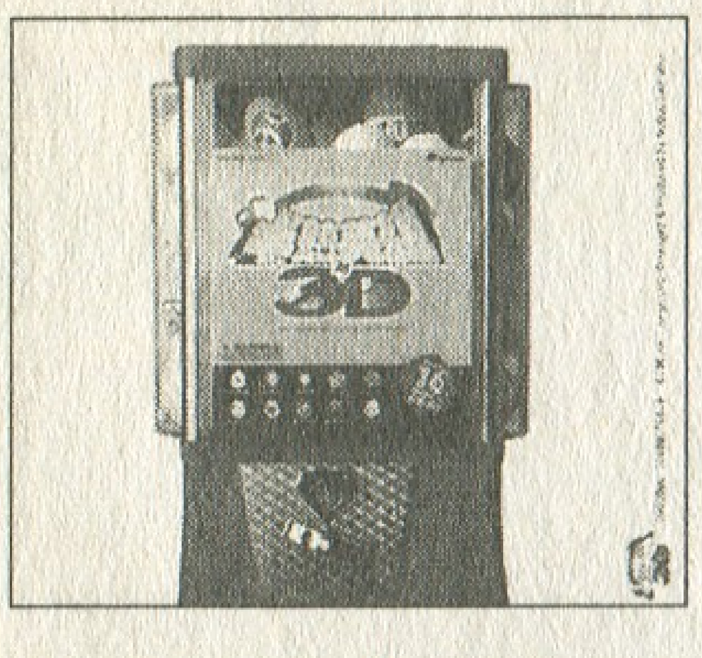
――ほかの方が作ったゲーム音楽で好きな作品はありますか?

植松:『ドルアーガの塔』がすごく好きで、『キングスナイト』を作曲していた時期だと思いますが、あれを聴いて「ゲーム音楽でこんな表現ができるのか」と思いましたね。自分の好みに近かったこともあるんですけれど、「自分のゲーム音楽でも可能かもしれない」と気付いたんですね。だから『ドルアーガの塔』は僕にとってターニングポイントになります。

「エアリスのテーマ」はイケると思った

――ご自身の曲で特に気に入りの1曲は?

植松:どれもやっぱり思い出がありますし、「これが」というのはないですね。それぞれの作品に思い入れもありますし。うーん……



2003年6月25日
3,500円(税込)
デジキューブ
SSCX10095,6

半熟英雄 対 3D
オリジナル・サウンドトラック

植松伸夫

「バカバカしい音楽」という植松氏の言葉が表すとおり、勢いで突っ走った学芸会のような楽しさあふれる、なんとも愉快なアルバムだ。さささいさお氏が真剣に歌う主題歌に悶絶し、植松氏自身が『FF』の曲をセルフパロディ化している点には、ショックを通り越して腹痛で倒れ込んだ。演劇には「喜劇は悲劇を演ずるより難しい」という言葉があるが、音楽で「笑い」を表現できる懐の深さも、植松氏の魅力だろう。筆者的には、復刻FC版サントラ同梱の初回盤を特にオススメしたい。

「エアリスのテーマ」は作ったとき「ああ、いい曲ができたな、これはイケるだろうな」と思いましたね。音楽理論的には1カ所、普通は使わない和音進行を使っていて、そこがポイントだったんですけれど、オーケストラアレンジするときにアレンジャーの人がそれを直しちゃっていて「いや、それは直さないでくれ」と言ったりしました。芸大を出たような人だとそれは許せないんでしょう。でも、僕はロック出身ですから許せるんですよ。そういうのっておもしろいですね、音楽の正解って何なんだろうという感じで。オーケストラにも単純に憧れはありますよ。ああいう学問、理論を基にした音楽というものには純粋に憧れます。

――『FF』シリーズの名曲「プレリュード」はどのように作曲されたのですか？

植松：意外にあれはチャチャッとできちゃって……。「あれに2週間かかった」とか言うと格好良いんですけどね。当時ディレクターだった坂口に、アップ間際に「どうしてもここにもう1曲欲しい」と言われて、10分ぐらいで作って「こんなのでいい？」「うん、そんなのでいい」って(笑)。

――ファミリーコンピュータなどで作られていた頃の初期作品のCD化は考えておられませんか？

植松：売れますかねそんなの？　みんなディスクシステムとか覚えていないんじゃないですかね。格安で売ったら売れるのかな？　もし作るとしても、どうやって音を録るかという問題がありますが、昔のゲームは曲数が少ないので1枚のアルバムに複数のタイトルを入れることになるから面白いかも知れませんね。売る売らないは別として、自分の手元には置いておきたいですね。当時のデータはMSXなどで作っていたんですけれど、今は確認する手段がないですから自分の記録として。

「馬鹿馬鹿しい音楽」の思いがけない愉悦

――『半熟英雄　対　3D』の音楽制作はいかがでしたか？

植松：楽しかったですね。やはり『FF』だと構えちゃって、音楽的に馬鹿馬鹿しいことってやりづらいんです。でも『半熟英雄　対　3D』の場合だと、逆に真剣にやることが許されないというか、これはディレクターの時田の方針なんですけれど、真面目に緻密に作る『FF』とは違って、作っていくそばから勢いやアドリブでどんどん変えていくんですね。時田には「悩むな、もっと勢いでどんどん作れ」ってよく言われるんですけれど、それって大事なことなのだなと思いました。自分に関して言えば、パッと作ったものと悩んで作ったものって、実は質的にそれほど差がないのかな、と思いますね。『半熟英雄　対　3D』に入っている歌の歌詞は時田が書いているんですけれど、本当に彼は書くのが早いんですよ。

――ささきいさお氏とのコラボレーションはいかがでしたか？

植松：あれは時田に「曲は真剣に作ってくれ。詞で笑わすから」って言われて、それをささきさんに歌ってもらうという計画で、あんな仕事受けていただけないと思っていたんですけれど、意外にも快

植松氏の心の一枚――

フォックストロット

アーティスト●ジェネシス

植松：「やっぱCmaj7(※)の音楽よねー」とか「荒井由美よねー」と言ってるような人には理解できないんでしょうけど、「ん？　これは何だ？」と思うような人だったら、のめり込んで聴いているうちに虜になっちゃうでしょう。アルバムの後半に「サパーズ・レディ」という、20分以上ある長い曲があるんですが、そんなに長い時間演奏してるはずがなくてパートごとに録音したものを編集しているのだと思いますが、そういう編集自体が実験音楽になっていたと思うんですよね。今はProToolsとかで編集も楽ですけど、それじゃダメなんですよ(笑)。昔はテープを切って貼って編集していましたから。



1995年11月29日
(オリジナルリリース'72年)
1,750円（税込）
東芝EMI　VJCP-3209

※：「Cメジャー7」と読む音楽用語で、和音の重なりを示すもの。簡単な説明だが、この和音で音が鳴ると明るい雰囲気の曲になる。

く歌ってくださって。やはり大物ですよね。あの声の力強さ、説得力はすごかったです。すごく真剣に歌ってくださって、本当に面白い歌になりました。スタジオで歌い出された瞬間、スタッフで顔を見合わせて「おおーっ、やっぱりこれだよ」って。

――「半熟英雄 対 3D オリジナル・サウンドトラック」の聴きどころは？

植松：今回はマニピュレーターの野田に手伝ってもらったんですけれど、彼がクラフトワークみたいなテクノが上手い人で、今回の『半熟英雄 対 3D』にもそういったテクノな部分が入っているんですね。このテクノが意外にも『半熟英雄 対 3D』の世界観にハマっていたんですよ。『半熟英雄 対 3D』の続編があったら、全編テクノでもいいか？ と思ったほどですね。

楽器ができなくとも クリエイターになれる

――4月26日・27日に行われた「THE BLACK MAGES LIVE Featuring Battle Music of FINAL FANTASY」ライブはいかがでしたか？

植松：意外に思われるかもしれませんが、ライブという場でファンと間近に接する機会は今までなかったんですね。このあいだは2日間で1600人ぐらい来てくれて、1曲目から総立ちで、ノリノリで盛り上げてくれたので助かりましたよ。「僕らがやっちゃっていいんだ」という雰囲気があってすごくうれしかったです。

僕は指揮もできないし演奏もできないので、オーケストラで演奏してもらう時はお任せじゃないですか。だから作るまでは大変でも、本番は大変じゃないんですね。あのライブでは人前で自分がオルガンを弾くなんて久しぶりだったので、もうそのドキドキ感といったらすごかったですね。最後の曲が終わるまで緊張していました。

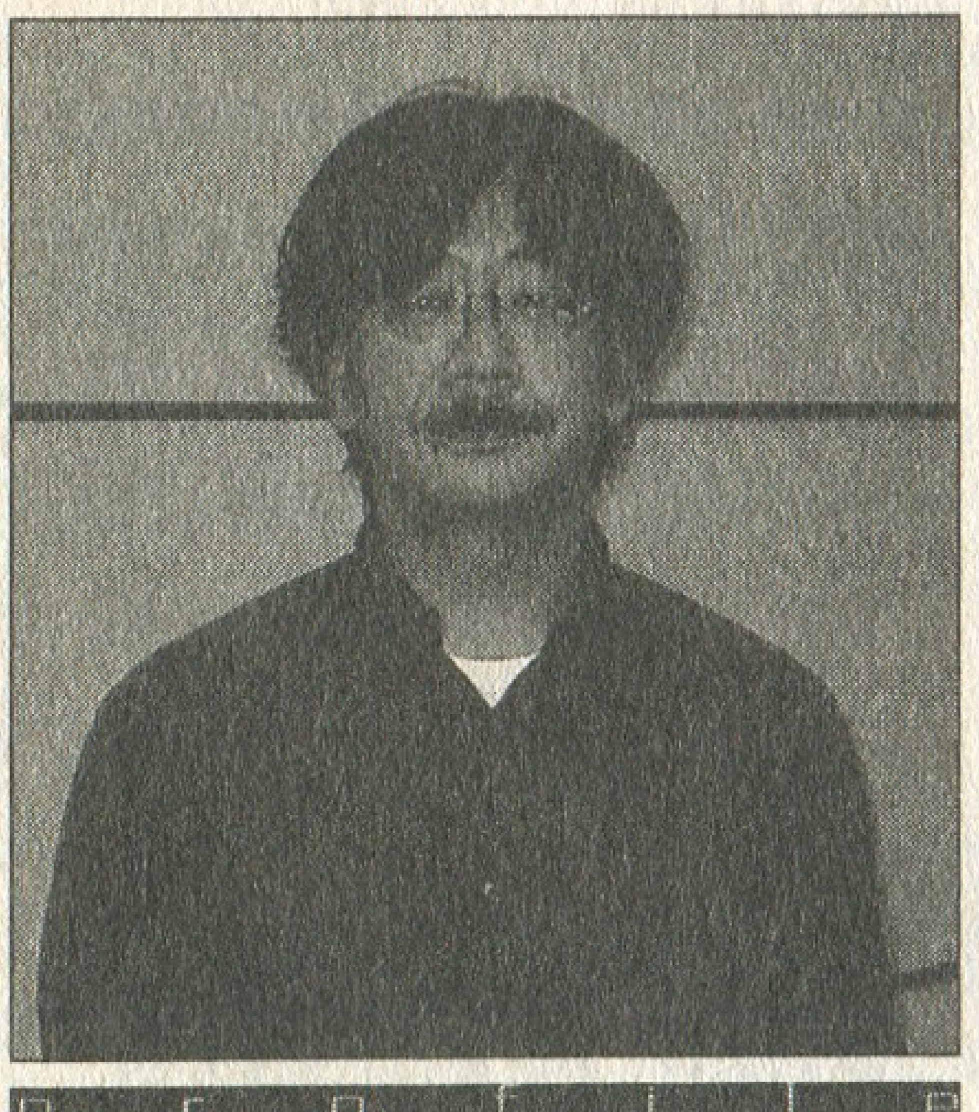
オーケストラもいいですけれど、こういうライブもやって良かったと思います。まだレパートリーが少なくて短いライブだったんですが、次のアルバムを作って、そのときにはまたやりたいですね。

――今後の夢はファンの人と身近に触れ合うことでしょうか？

植松：そうですね。アルバムを出したいとか、映画を作りたいとか、ミュージカルがやりたいとか、いろいろな夢がありますが、そういうことって金と時間があればできますよね。具体的なことは何も考えてないんですが、先日やった「THE BLACK MAGES」がロックバンドだったのに対して、今度はアコースティックなバンドを作って、来年辺りにアルバムを出したいです。これは実現しそうかな。あと「FFヴォーカルコレクションズ」はそのうち3作目を作りたいですね。

――ファンの人やこれからゲーム音楽クリエイターを目指す人にメッセージなどありましたら。

植松：僕でもできたんだからできるんじゃない？ と（笑）。僕はそんなに音楽教育を受けているわけでもないし、楽器もできないですから。ただ「ゲーム音楽作曲家になりたい」じゃなくて「音楽家」を目指したほうがいいと思います。最終的に残るのは個性だと思いますけれど、ちゃんとした音楽を知りつつ、自分のこだわりたいところは常にこだわって行くべきだとも思います。ただ、こだわりすぎていると周囲と衝突するのでそれは避けたほうがいいです。協調性の方が大事です……って、理想論ばかり言っていますね（笑）。



profile

植松伸夫 うえまつ・のぶお

1959年3月21日生まれ。高知県出身。神奈川大学卒業後、CM音楽制作などを経て'86年株式会社スクウェア入社。以後、『ファイナルファンタジー』シリーズをはじめ、『半熟英雄 対 3D』(PS2)など約30作のゲーム音楽を手掛ける。アジアの歌姫フェイ・ウォンをフィーチャーし、植松氏自身が作曲・プロデュースを担当した『ファイナルファンタジーVIII』(PS)のテーマ曲「Eyes On Me」は40万枚のセールスを記録し、'99年度第14回日本ゴールドディスク大賞で"ソング オブ ザ イヤー（洋楽）"を受賞した。オフィシャルサイトhttp://www.square-enix.co.jp/entertainment/uematsu/

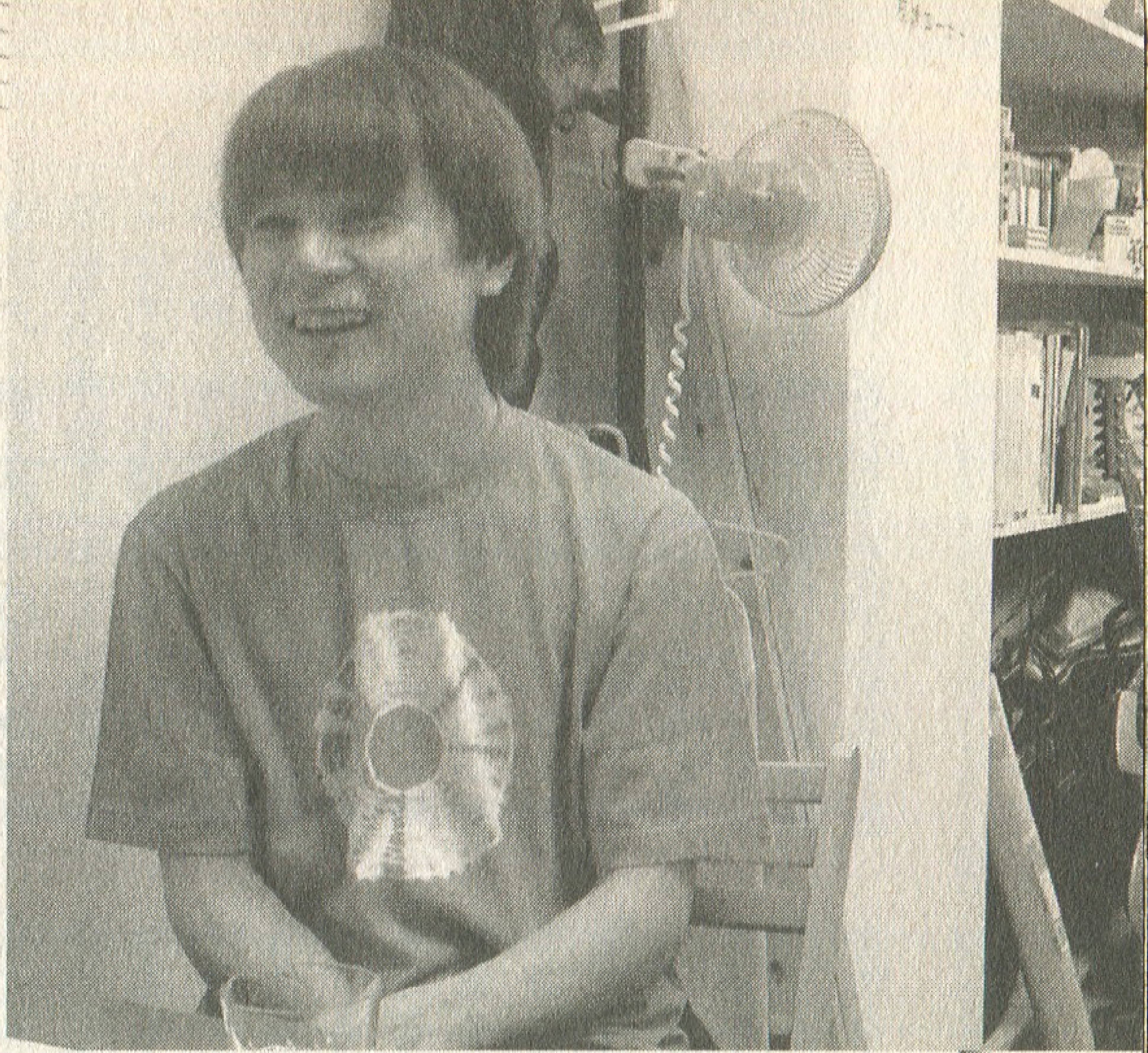
植松氏のサイン入りCDを2名様にプレゼント！ 詳細はP.127にて。

ゲーム音楽作曲家のプロフィール その2

光田康典氏

細部にまでこだわる 新世代の旗手

聞き手◎罰帝／G-trance



ゲーム音楽界にも新しい風が吹き始めている。そんな若手の中でも特に印象深いのが光田康典氏だろう。『クロノ・トリガー』での鮮烈なデビュー以降、『ゼノギアス』『クロノ・クロス』といったビッグタイトルでプレイヤーに忘れられない旋律を残した。そんな光田氏にこれまでの作曲活動と今後についてを伺った。

——『ゼノギアス』などで光田氏の音楽には多くの熱心なファンがいらっしゃいますが、ご自身が作曲をするうえで心掛けていることはなんでしょうか。

光田：自分がその曲をお金を出して聴きたいかどうか、という基準でOKを出すようにしています。どんなに自分が良いと思っても、第三者がそれを聴いてどう思うだろうっていうのは必ず分析しますし、気になります。まあ、あえて言うなら二重人格になるようにってことですかね？　冷静な自分とハイテンションな自分、聴き手と創り手の両方の側面を持つように心掛けています。といっても曲を作っている時はテンションの高いほうの自分しかいませんけれど。

——光田さんは作曲に時間がかかるという話を伺いましたが、それはやはりそういった検証をしているからですか？

光田：そうですね。それもありますが、ゲームの世界を頭の中で確実に理解しないと曲が書けないタイプなんですよね。ゲームって、脚本が50％のところから開発を始めちゃうんです。でも50％じゃ僕には理解できない。だから小説のように最後までできていないと、ひとつの世界観って作ることができないんです。細切れになっちゃうのがすごく嫌なんですよ。曲を書いている時間っていうのは実はわずかで、イメージを作る時間のほうが何倍も掛かってしまう。それで、監督に「なぜ作業しないの？」と聞かれたりするんですが、そのことを理解してもらうのがなかなか難しいんですよ。ゲーム音楽の一番難しいところでしょうね。

音色を重要視する 曲作りの理由

——作曲の環境について教えていただけますか？

光田：最近またごそっと変えたんですけれど、シーケンサーがマッキントッシュのデジタルパフォーマー、音色はギガスタジオ160、それを2台。あとはYAMAHAやローランドの音源も使っていますけれど、だいたいその3つでできてしまいます。音色を選ぶのは面倒だし僕も嫌なので、音色選びが楽にできて、なおかつ自分の意図が伝わる質の高い音色がたくさん入っている機材を使っています。たとえばPS2の音源に載せるときに、もちろんそれ専用の職業（マニピュレーター）の人がいるんですけれど、曲のデータだけ渡しても、楽器の絡みでどう音色を作っていくか、っていうのは作曲家しか知らないわけですから、デモの段階でもイメージが伝わるように、その音選びからきっちりやっているんです。あと、もうひとつ重要なのが、生録音するときに

ミュージシャンがスタジオに入ってきて、「1回聴かせてもらえますか？」ってたいがい言うんですけれど、そこでちゃち～い音が出ていたら、ミュージシャンのテンションって下がるんですよ。お金をもらって演奏するっていうその場限りのスタジオ・ミュージシャンであれ音楽好きがやっているわけですから、聴かせるときすごい音色でガーンと鳴らせば、「自分も下手な音は出せない」ってなるじゃないですか。そうするとミュージシャンというのは必ずいい演奏をしてくれますし、持っている以上の力を発揮してくれることが、今までの経験上わかるんですね。そういった意味で楽曲を音色も含めてしっかり作り込むっていうのは、僕の中では重要なことなんです。

――『クロノ・トリガー』のSFC時代はどんな作曲環境でした？

光田：SFC時代は、ほとんどサンプラーでしたね。アカイのS―3200という機材と、あとE―MU（現在はE―MU／ENSONIQ）っていう海外の楽器メーカーのE―3とか。僕は会社に来ると音色選びから始めるので、大量のCDから「どれにしようかなー？」って、それだけでもう3、4時間掛かっていたという（笑）。

――さらに昔へさかのぼると、どのような活動を？

光田：短大時代にウルフ・チームにアルバイトで入っていたりしました。そのときは桜庭統氏が曲を書いていて、僕はFM音源で音色を作ったりとかしていましたね。その次がエニックスの『エルナード』っていうゲームで、これは僕の師匠が曲を書いて、僕がマニピュレーターやサウンド・デザインなどをしていました。初めて本格的な仕事として作曲したゲーム音楽は、スクウェア入社後の『クロノ・トリガー』で、それがデビュー作という形になります。

――SFCは音源の数が少なかったですけれど、作曲上に支障はありませんでしたか？

光田：逆に、少ない音しか使えなかったので割り切ってメロディ重視で作れたので、よかったです。現在のハードでは、いろいろな意味で作曲家の善し悪しの差が出やすいですから……そういった意味では、そのころの自分の作曲技量に合った程よいハードが初仕事でよかったかな、っていう（笑）。

――幻の作品『RADICAL DREAMERS～盗めない宝石～』の曲はもう聴けないんですか？

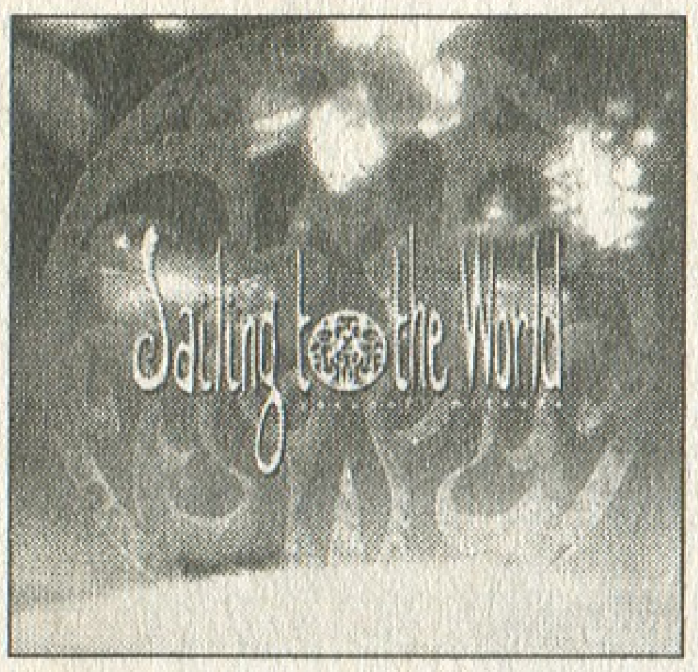
光田：いやあ、あのゲームは名作ですよ（笑）。3カ月くらいで作ったんですけどよくできてるんですよね～。でもハードがあっても、もう衛星放送がやっていないですからね（苦笑）。半分は『クロノ・クロス』に入っていると思うんですがもう半分はどうしましょうね？

――昔の作品が再注目されることについてはどう思われますか？

光田：稀少になっているから、というだけだと思いますよ。だいたい日本人って、古くなって絶滅寸前にならないと評価しないじゃないですか。当時からちゃんと評価しろよ！　みたいな（笑）。アナログレコードなども今そうなっていますよね。

――ご自身の曲で特にお気に入りの一曲は？

光田：どれも思い入れがあって甲乙つけがたいんですけれど、強いて挙げるなら『クロノ・クロス』のエンディングですかね。多分これは個人的な思い入れだと思うん



2002年12月25日
1,800円(税込)
SLEIGH BELLS
SBPS-0003
※このアルバムは光田氏のWebサイトのみでの販売となります。

「Sailing to the World」

光田康典

このアルバムを聴いて感じるのは、架空の世界に身を委ねるという、ゲーム音楽らしい快楽の再認識。台湾の文化に触れた光田氏が創造した、まったく新しい世界がここにある。その音色の使い方や空間の作り方には、ただ圧倒されるばかりで、残念なのは「ゲーム本編を遊びながら聴きたかった」という点だけだろう。チップ音源にとらわれない新世代ゲーム音楽家の旗手・光田氏の魅力を堪能できるすばらしい1枚。『クロノ』シリーズのファンにもオススメしたい必聴盤だ。

ですけれど。もちろん『ゼノギアス』のエンディングとか、ジョアンヌ・ホッグが歌っているものなんかも大好きなんですが、曲が良いとか悪いとかじゃなくって、その時代、加藤正人氏と創ってきた時代っていうか、何物にも替え難い思いがあるんですよ（笑）。言葉では表現できないんですけれど。

土着的な旋律に魅せられて

——光田さんといえばトラッド、という印象が強いと思うのですが、影響を受けた曲や作曲家、トラッドミュージシャンについてお聞かせいただけますか？

光田：影響を受けやすいタイプなんで、たくさんいすぎて名前を挙げ出すときりがないですね。もちろんトラッドから普通のロックやポップスまで幅広く聴いているんですが、大本はジャズなんですよ。父親が、僕が小さなころからアート・ブレーキーの曲をずっとかけていた記憶があるんですね。それが、かなり染みついちゃっていて。あとベンチャーズやカーペンターズとかがかなり染みついている。あと僕らの年代となるとYMOが全盛期で、実はテクノも個人的には好きだったりするんですけれど、今、僕がテクノをやっても「どうしちゃったの？」って言われそうですよね（笑）。クラシックは昔クラシックピアノをやっていたので大好きですね。電子オルガンだと和音とメロディという考え方ですけれど、クラシックは全部対旋律なのでそちらの影響はかなり受けています。

今、好きなのがラヴェルとチャイコフスキーと、あとホルストなんかも大好きなんですけれど、やっぱりちょっとひねくれた現代音楽の作曲家というとラヴェルが飛び抜けて好きですね。サウンドとしてもちゃんと聴けるし、メロディも何か異質で。彼はスペイン生まれだから、メロディに彼独特のスパニッシュ系の熱い魂が宿っているんですね。クラシックだけどトラッドなんですよ。土臭いというか……やっぱり土着的なものが好きなんでしょうね。

——それでは光田さんお薦めのトラッドアルバムを教えていただけますか？

光田：そうですね、ファーマーズ・マーケットっていうのがあるんですけれど、これはジャケットもイカしてますし、音も強烈に格好良いですね。超お薦めです。これは普通にCD屋さんで買えます。

スタイルを変えて作曲した『ゼノサーガ』

——『ゼノサーガ・エピソードI 力への意志』でロンドンフィルと演奏されていかがでしたか？

光田：やっぱり良かったですね、ロンドンフィルは。クラシックがすごく好きなんですよね、だから好きだからこそあんまりやりたくなかったというか（笑）。自分がまさかロンドンフィルと一緒にやるとは、音楽を始めたころは全然考えていなかったですから。精神的にきましたね（笑）。

——「ゼノサーガ　オリジナル・サウンドトラック」の出来はいかがですか？

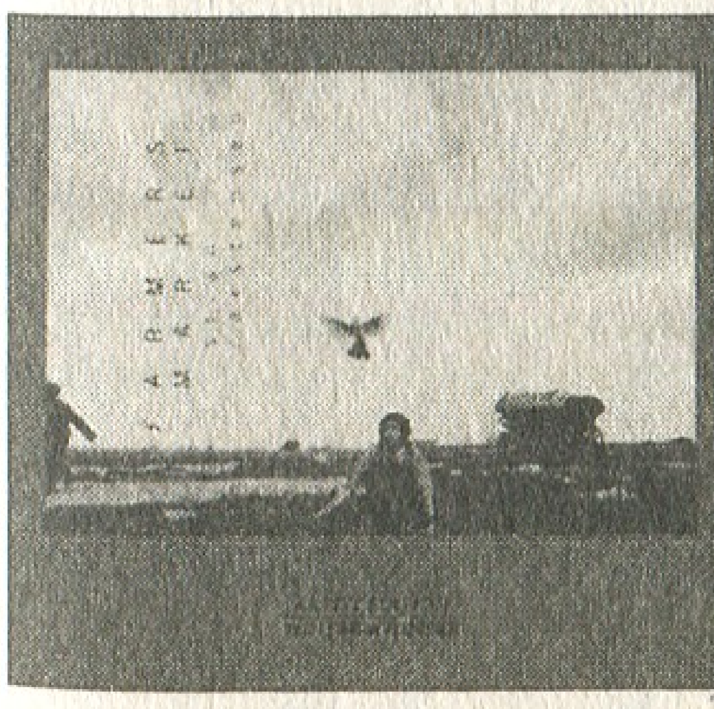
光田：実はですね、これは今までのアルバムと全然違うんですよ、

光田氏の心の一枚——

ファーマーズ・マーケット

アーティスト●スティアン・カシュテンセン

光田：「ジャケ買い」したんですけれど、すごく格好良いですよ。どれもおもしろい曲で、聴いているだけでミュージシャンが楽しんでいる感じがひしひしと伝わってくる。しかも演奏が強烈です。人間業じゃないっていうくらいめちゃめちゃ上手い。一応これヨーロッパ・ジャズって書いてありますけれど、正確にはノルウェーなんですよね。ブルガリアンボイス、ギリシャの音楽、っていうかヨーロッパ圏の音楽はすべて入っているんじゃないか、ってくらいいろいろ入ってます。『クロノ・クロス』のオープニングとかが好きな人にはたまらないと思います。こういうアルバムを作りたいなって思いますね。



2000年7月23日
2,200円（税込）
ボンバ・レコード
BOM22119

曲の捉え方が。映像ありきの曲ばかりなんです。高橋監督との合意のうえでそうなったというのもありますが、ゲーム自体がそういうゲームだったので、『ゼノギアス』とはまったく作り方が違うんですよね。いつものような「アルバム単体で独立して聴ける」という作り方はしていないんです。で、自分でもわかっているんですけれど“独立した音楽アルバム”としては不評じゃないかと思うんですよ。自分で言うのもなんですが、ゲームをプレイしていないととても聴けた音楽ではない。いわゆる本当の意味でのサウンド・トラックなんです。ただ「Kokoro」と「Pain」はちょっと別物なので、サウンド・トラックとは区別してシングルカットして出したんですけれど。あの2曲に関してはまた趣旨が違うので。

——『ゼノサーガ・エピソードⅡ』も光田さんが？

光田：それは、僕じゃないですね。今回はお断りさせていただきました。僕のほうが忙しかったというのもあるんですが、それでも今回また自分なりに目標を定めて「こういうのをやろう」と考えてはいたんです。でもそれとナムコが考えている『ゼノサーガ』っていう作品との間にギャップがありまして。当初はこのプロキオン・スタジオのメンバーでまたやるつもりで、ある目標を置いていたんですが、どうもその目標が実現できそうになかったので、それではちょっとお受けしかねるかな、ということで今回はご遠慮させていただきました(苦笑)。期待されていた方には、申し訳ありません！

音楽によって異文化交流を

——最新アルバム「Sailing to the World」については？

光田：台湾のPCゲームソフト『THE SEVENTH SEAL(第七封印)』用に書いた10曲で、かなりワールドミュージック寄りですね。2曲目と10曲目に歌モノがあるんですけど、これにはあえて造語の歌詞がつけられているんです。要するに誰が聴いても何を言っているかわからないので、メロディと声そのもので聴けるっていう。小峰公子氏の歌声がエキゾチックでとても良いです(笑)。で、サウンドのほうもどこの国のものでもない、アイルランドでもないしスペインでもない、無国籍というか、逆に言うと多国籍というのかな。いろんな国の音楽が混ざって違う文化を作り上げている感じで作ってみようと思って。新しい国を作る、という発想で、だけどそこにはいろんな民族が流れ込んできて、ひとつの国を作り上げたみたいな世界にできたらいいなと。そういうことに挑戦したアルバムです。

——これからやってみたいこと、将来の夢はなんですか？

光田：メジャーになることはあまり考えていないんですけれど(笑)、ほそぼそと幅広くおもしろいことをやっていきたいな、っていう感じです。ゲームもおもしろいですが、舞台や映画、あと今後はもうちょっと海外の人ともやっていきたいという夢はありますね。異文化交流というわけではないですけれど、全然考え方の違う人と一緒にモノを創るっていうのがおもしろいなと。あとは、アルバム・アーティストとしての活動や、誰かをプロデュースするということもやっていきたいですね。仕事やゲームだけじゃない分野でも活動を展開していくつもりですので、その辺りも期待していただければと思います。



profile

光田康典 みつだ・やすのり

1972年1月21日生まれ。山口県出身。'92年株式会社スクウェア入社。『クロノ・トリガー』(SFC)『ガンハザード』(SFC)『ゼノギアス』(PS) 等の作曲を担当した後、'98年独立。その後も『マリオ・パーティ』(N64)『クロノ・クロス』(PS) 等を手掛け、2001年には有限会社プロキオン・スタジオ代表となる。国内最新作『ゼノサーガ エピソードI 力への意志』(PS2) ではロンドン・フィルハーモニック・オーケストラが演奏を担当。光田氏自身は作曲および音に関するトータルプロデュースを担当した。公式サイト http://www.procyon-studio.com/

厳選！ GAME CD COLLECTION 快楽を探る6タイトル

ゲーム音楽のCDと銘打たれたアルバムは現在までで実に5000枚近くにのぼる。もちろん、そのすべてを1ページで紹介するのは不可能だが、本項では黎明期から現在までの各時代を代表するアルバムのうち、名のある6枚をピックアップした。

文◎飴尾拓朗／G-trance



2002年1月9日
¥2,310(税込)
サイトロン・デジタルコンテンツ
SCDC-00145

ファミコン・ミュージック

'86年にアルファレコードから発売された同タイトルの復刻盤。後続のVol.2と組み合わせることで、ひと組でディスクカードのように保存することが可能だ。クールなアレンジが秀逸な「バルーントリップ」や、ファミコン初期の名作が多数収録されている。独特の音源が奏でる懐かしい名曲の数々は、今聴いても心が和む1枚。



1992年12月21日
¥2,800(税込)
NECアベニュー
NACL-1084

スーパーダライアスII PCエンジンワールド

前作「スーパーダライアス」が原盤の雰囲気を損ねない音源移植で好評だったのに対し、こちらは原曲の持つ世界観を見事なまでに無視し、新しい解釈のもとにリアレンジされているのが特徴。

ゲーム音楽でCD音源が使用され始めたころの、試行錯誤を重ねつつ迷走していた時代の代表的な1枚として仕上がっている。



葛生千夏
1995年3月25日
¥3,059(税込)
コーエー
KECH-1080

アンジェリーク ～ときめきの宝石箱～ CDドラマコレクションズ

「女性が遊ぶゲーム」というジャンルを確立した名作は、その主要曲も女性の手によって生み出されている。『ダークシール』のボーカルでもおなじみ葛生千夏氏の音楽性は、本作の優しさ、愛、という深いテーマに彩りを添えた。なお、本アルバムはドラマ＋アレンジ版に加え、初代SFC版の音源が収録された貴重品でもある。



ZUNTATA
1997年4月25日
¥2,550(税込)
タイトー
ZTTL-0010

ガメラ2000 オリジナルサウンドトラック

映画とPS版、それぞれの『ガメラ2000』の楽曲を収録した聴き応えある1枚。その繊細かつ鋭い表現の差違は、「映画とゲームは似て非なるもの」いう明確なビジョンを映している。タイトーの音楽チーム「ZUNTATA」による楽曲は「ガメラ」の迫力を演出するだけでなく、彼らしいメッセージ性の強さも発信する力作だ。



小西康陽
2001年4月4日
¥2,800(税込)
コナミミュージックエンタテインメント
KMCM-96

beatmania soundtracks: THE SOUND OF TOKYO―小西康陽プロデュース―

ピチカート・ファイヴの小西康陽氏が送る衝撃の音盤。国産クラブサウンドとゲームの融合という視点で作られながら、「気軽に楽しめる大人のラウンジ」チックな音空間にまとまっている。クレイジーケンバンドや、ふかわりょうなども参加する本作、ゲーム音楽に親しみがない人々にも聴きやすい、オススメの作品だ。



多田彰文、田中公平
2001年4月27日
¥3,150(税込)
ムービック
MACM-2018

サウンドトラック 幻想楽曲 高機動幻想ガンパレード・マーチ

ネットでの情報がブレイクするきっかけになった同作のゲームに使用されていた曲にアレンジを加え、未収録曲もフォロー。『幻世虚構精霊機導弾』『式神の城』にリンクされた壮大な世界観やキャラクターの喜怒哀楽、大きな何かに立ち向かう勇気が凝縮されている1枚で、同時期に発売されたドラマCDと合わせて持ちたい。

Korea's Game Trend

韓国ゲーム電文

第13回

Written by テリョン

韓国一のプラットフォームはモバイル!?


日本のモバイルゲームも進化しているようですが
韓国での位置付けとは別のものであると感じています

みんなが持っているケータイ。その上で遊べるシンプルなゲーム

こんにちは。韓国のテリョンです。まずは、ファミコン誕生20周年、おめでとうございます。ファミコンというすばらしいプラットフォームが日本ゲーム業界の形成と発展にもたらした、多大な影響は誰にも否定できないと思います。ファミコンがあったから今の日本のゲーム業界が存在すると言ってもよいでしょう。

しかし90年代後半から始まった韓国のゲーム業界にはファミコンという存在はなく、代わりにド高い普及率を誇るPCとケータイがゲームを行うプラットフォームとして、幅広く広がっていました。ここが韓国のゲーム業界が日本とは違う方向に展開した要因だと思います。ですので、今回は韓国のモバイルゲーム事情について書いてみましょう。

韓国はコミュニケーション好きな民族性ならではのケータイ王国です。普及率はとても高く、ほぼひとり当たり1台、小学生も普通に持っており、若い世代は莫大な時間とお金をつぎ込んでいます。日本では、若い世代がケータイにお金をつぎ込むから、ゲームが売れないという嘆きがあるようですが、韓国ではそうではないです。むしろケータイがゲームを知らない子供たちに、ゲームというものを理解させる窓口になっています。

韓国のモバイルゲームのほとんどは1500ウォン(150円)の落し切りコンテンツです。本体を買うために30万ウォン(3万円)、更にゲームソフトウェア1本当たり5万ウォン(5000円)ものお金が必要なコンシューマゲームや、有料化のあとは毎月2～3万ウォン(2000～3000円)を支払うことになるオンラインゲームに比べると、非常に敷居の低いプラットフォームです。

ちっぽけな数字のボタンを押して操作するモバイルゲームの特性上、複雑なシステムや操作を切り取ったシンプルでベーシックなゲームが主流になります。たとえば今のアーケードまたはコンシューマ用のシューティングは敵を打つ面白さ、弾を避ける面白さ、ハイスコア更新の面白さ、ストーリーの面白さ、分岐を探す面白さ、ハイリスクハイリターンな世界に身を投げる面白さなど、高度化、細分化された面白さを持っていますが、比べてモバイルゲームのシューティングは敵を打ち落とすという原始的な一点にのみ集中している形が多いです。

私はこれに注目しています。今のシンプルなモバイルゲームがゲームを初めて経験する韓国の子どもたちに、ベーシックなゲームの文法－とにかく前に進む、穴が現れたらジャンプする、弾が飛んで来たら避ける、アルファベットが出たら喰う－を親切に教えてくれているのではないかと。モバイルゲームで遊ぶ韓国の子どもたちを街並で見ていると、ふと「日本のファミコンの黎明期もこんな感じだったんだろうか……」と、何とも言えない気持ちになったりします。モバイルゲームで遊ぶ子どもや若い学生たちの中に、未来の私を、または「ゲーム批評」読者の皆さんを楽しませてくれるゲーム制作者が現れるかもしれないと、私は期待しています！

※この原稿は韓国人のライターが日本語で書いています!!

魅力的なキャラクターが欲しくなるのも、
また「プロジェクト」である

Produced by 米光一成

ゲーム制作 プロジェクトX

PROJECT X

～インディーズゲームへの挑戦者～

第6話 折り合い

君とゲームを作りたいんじゃないか！　酒の席でキャラ絵依頼の承諾を取り付けてインディーズゲームの世界へいっそのこと飛び込んでみるとかどうよ!!

絵を依頼すること

インディーズでゲームを作って、最後は路上で売るまでの経過をリポートするこの企画。企画を立ち上げ、スタッフを募集し、バトル部分の仮バージョンができて、企画内容を一部変更したりと、紆余曲折しながら進行しておるよー。

現在、ゲームは、日常部と呼ばれる魔法少女を育てるシーンと、戦闘部と呼ばれる戦闘シーンの2つにわかれている。

で、日常部の絵を誰かに依頼しなくちゃ、である。

以前、呑み会の時にこのプロジェクトの話題が出たのである。で、非常に魅力的な絵を描くデザイナーのコウモトくんが、この連載を読んでくれているということで、うひゃひゃこれは大ラッキーチャアーンスと、ずーずーしくも、絵を描いてよ～とお願いすると、いいよー気分転換に描いてみようかなーとの返事。



日常部の「訓練」コマンド実行中！　この他にも「狩り」や「休憩」といったコマンドがある。

んで、さっそくメールで依頼。以下は、そのメールである。

❁❁❁❁❁

前の呑みのときに、絵を描いて～とお願いした「魔法少女とじんめんそちゃん」ですが、いまんところ、こんな感じで↓すすんでます。

http://www.linkclub.or.jp/~babara/indiesx/sample3.htm

プリンセスメーカータイプのシステムで、メイン部の絵は、少女の立ちポーズの絵で、ちいさい時、1年後ちょいと成長した時、2年後もうちょい成長した時の3段階で、ラストに魔法少女に変身！　という感じにしようと思っています。

で、ちいさい時、1年後ちょい成長、2年後もうちょい成長、魔法少女に変身！

の4つの絵を頼みたいと思ってるのですが、どんなもんでしょー。

ラストの魔法少女に変身した絵は、いろんな人にたのんで、変身後の魔法少女絵だけ数パターンあって、パラメータによって違う魔法少女に変身させようと企んでます。

また呑みにでもいきましょー。

❁❁❁❁❁

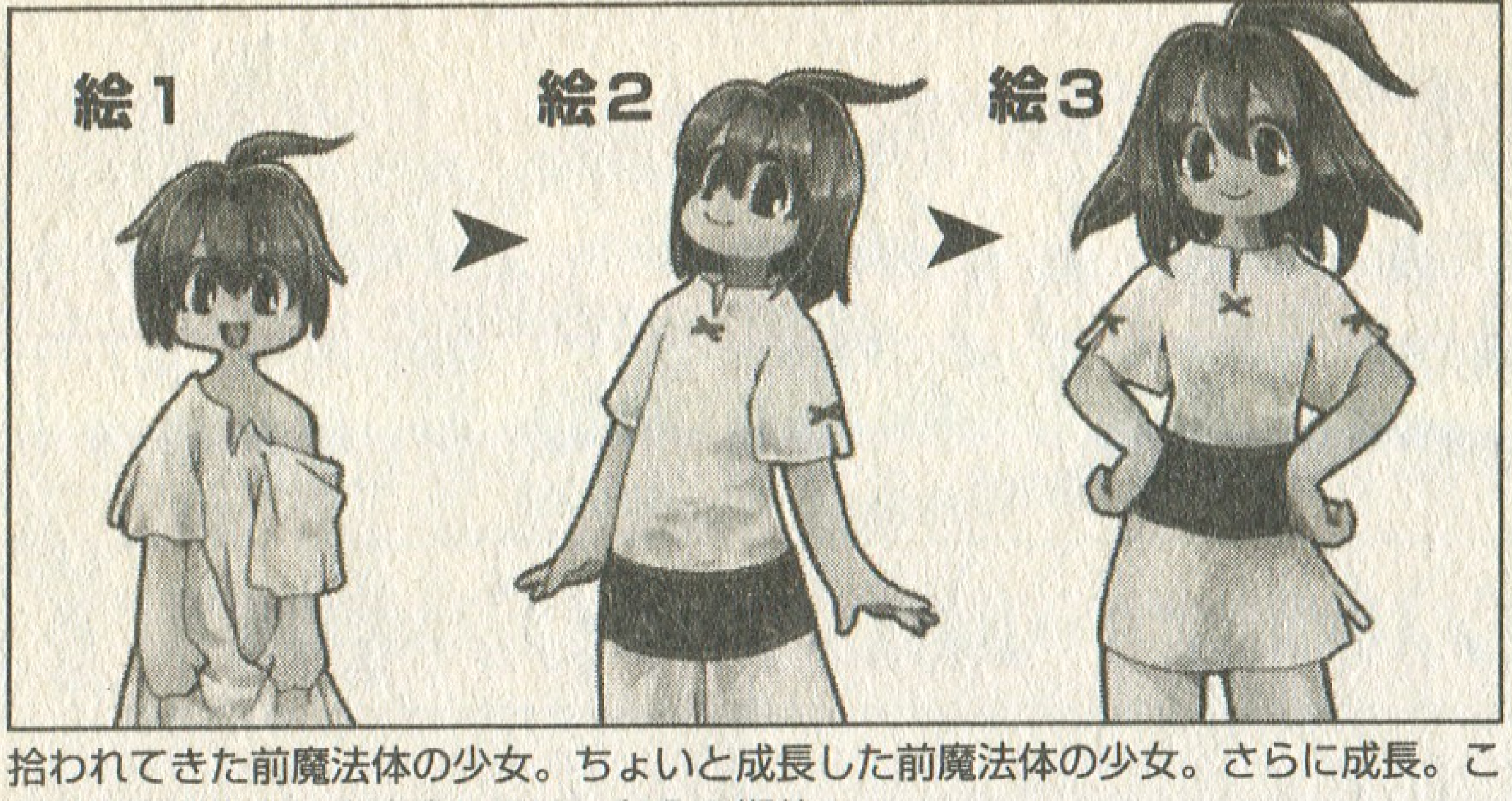
と、こんだけである。これにオープニングストーリーを伝えて、依頼終了。

あとは、会って打ち合わせたりもしてない。

で、描いてもらった絵は、これ

だ（P57の絵）！　絵1→絵2→絵3と成長していく前の魔法少女。変身後の絵はまだ秘密♥、出し惜しみである。

ページ上ではモノクロになってるのが残念だが、いいよー、素敵である。パッと見たときより、2度、3度見たときのほうがさらに魅力的に見えてくる絵で、何度も同じ絵を見ることになるゲームにぴったりのタイプの絵だ。



拾われてきた前魔法体の少女。ちょいと成長した前魔法体の少女。さらに成長。この次に魔法少女に大変身します。乞うご期待！

チームワークということ

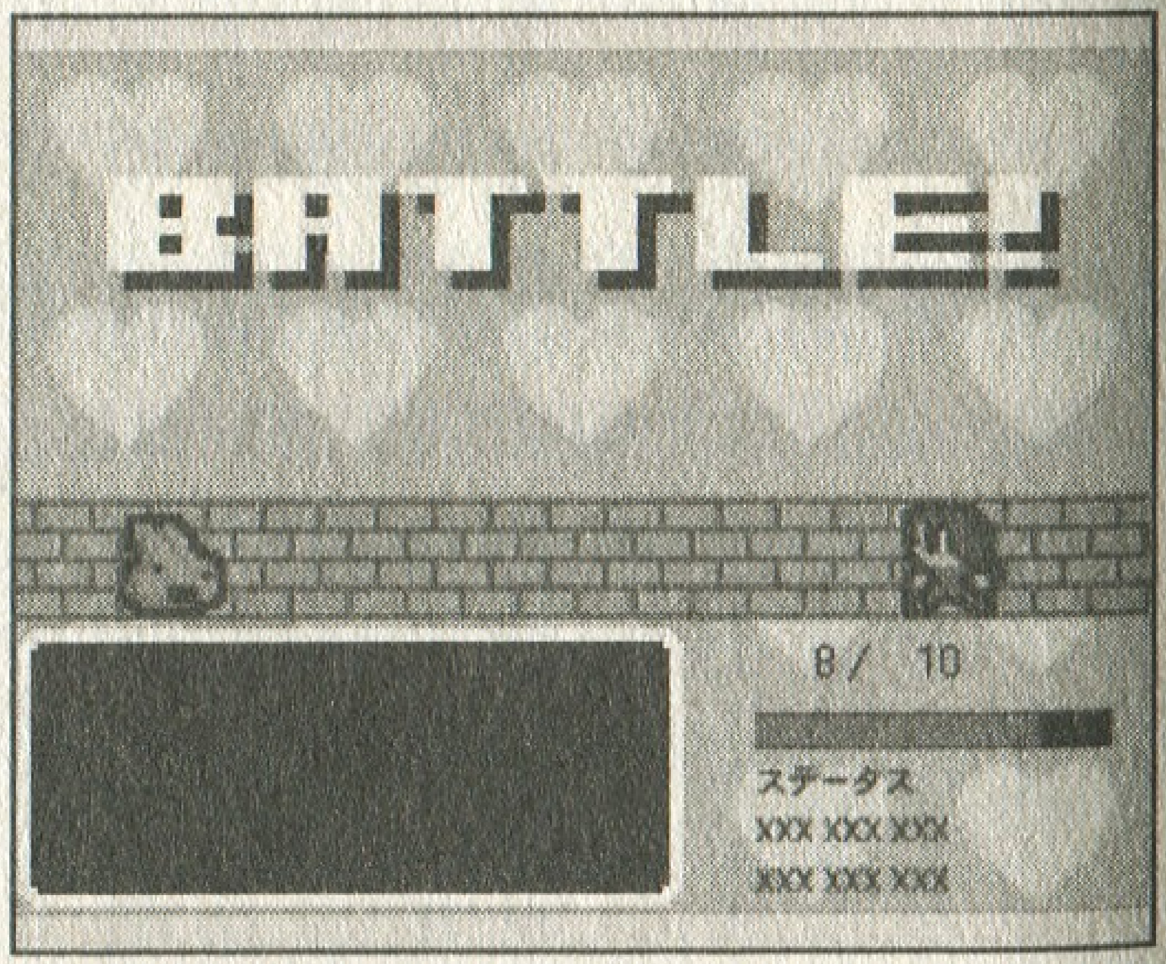
よくゲーム制作にはスタッフとの打ち合わせやコミュニケーションが大切だって書いてあるけど（そしてそれは本当だけど）、きちんと通じ、なおかつ優秀な人と組む場合は、そんなもん必要なし！ってことが多々あるのだ。

こちらがグーと思ってるポイントが歪まずに相手に投げられて、相手からまたボールがちゃんと返ってくる感覚。そのキャッチボールの過程で拡大再生産していく喜び。それが大切だ。

そういう意味で、スタッフとどう組むかがゲームの成否を大きく左右すると思う。個々のスタッフの力量と、その組み方がうまくいってれば、おもしろいゲームは簡単にできる（マジで）。すげぇおもしろいゲームは、そこにコミュニケーションの質とか、運とか、見極めとか、スケジュールとかいろんな問題が関わってくるが、その土台はやっぱり個々のスタッフの力量と、その組み方だ。

スタッフと出演者が決まれば監督の仕事の大半は終わりだ、演技をつけるなんて小手先なことをやってもダメだダメだ！　といったことを大島渚監督が言っていたが、大賛成。その通りだと思う。

極端なことを言えば、スタッフそれぞれに、十年だか二十年だか（あるいは、もっと！）の人生があるのだ。そこがうまくかみ合って動かないとダメだ。工夫なんてのは、みんなの人生の土台が上手く作品に結び付いてからの味付けみたいなもんだと思うのだ。



これが新しい戦闘部。アイコンのコマンド方式になったりと随所に変更アリ。

絵を描いてくれたコウモトくんは、グラフィックスだけじゃなく、プログラムもできて、なんとゲームキューブの『スターソルジャー』のプログラム全般と2Dグラフィックとタイムアタック面のポリゴンモデルを担当。コウモトくんテイストに仕上がってるらしい。楽しみだ。っつーか、「新しいスターソルジャーを作った男」とかってタイトルで、「コンティニュー」あたりでインタビュー記事どうですか、って他誌に営業かけるなよ、原稿内でッ！

「disable interrupt.」
http://www.geocities.jp/koumotsh/
高本くんのサイト。サイトの背景の絵もかわいいです。

次回予告

次号、β版公開！　と予告しておこー。イベントは入ってないけど、絵もまだ全てはそろってないけど、なんとなく遊べるよーって感じになってるぐらいなんではないかと思われます。ともかく乞御期待！

“遊び方”を、断固として追求した先にこそ、業界の未来があるのです！

名越武芸帖

Text by
名越稔洋

其の二十三　ライセンスの普及とゲームのエンターテイメント性の限界

なぜ、ライセンスものが支持されるのか？

先日E3に行ってきました。

もちろん読者にもご存知の方が多いと思うのですが、印象に残ったことが2つありました。日本パブリッシャーの元気のなさと、ゲームジャンルの偏り、というか画一化です。

中でもジャンルの偏りが本当に顕著でした。コンソール機の場合、ジャンルで言うと「ライセンススポーツ・ライセンスドライブ」「ステルスアクション・ミリタリー」「映画・コミックライセンス」が出展タイトル全体の8割以上を占めていました。しかも続編がほとんど。なのでどこを見ても驚きや新鮮味が薄く、どれもが同じ印象です。さらにライセンスものの傾向が極端に強い。前述のスポーツ、映画はもちろんですが、「ステルスアクション・ミリタリー」にしても原作をトム・クランシー等の著名な脚本家が書いていたり、ミリタリーも“NAVY”“AIR-FORCE”のキーワードが前面に出ている様子は、さながらライセンスもの商品の印象です。誰かが言いました。「何だかゲームショーって感じがしないな」

うん。言いたいことはわかる。

でも今のこれが現実であり、同時にこれから先の一つの指標なんですよ。以前この誌面でも言わせていただきましたが商売の中で、特にメディア系（この場合実体がなくイメージを商材とするという意味）の商売は、その産業的認知度が上がると次に求められるものは、より高いアイデンティティーとなります。つまり、消費者にその商品自体を語るうえで、その商品をより手に取ってみたくなるようなイメージ的な仕掛けを、求められるようになるという意味です。これはもう宿命みたいなものです。

例えば映画。映画の最初は記録映画からスタートしています。しかし時が経つに連れ、徐々に映像の文法が工夫されるようになると、単なる動く写真という位置づけからもう一つ上の媒体として成長が始まり、何かをそこで語るようになってゆき、演劇的アプローチを絡めた結果、娯楽のひとつとして完成したわけです。そしてさまざまなジャンルが生まれていきます。

また同時にひとつの現象が起こります。それはその映画を語るうえで、制作者と出演者に興味が注がれるようになったことです。撮影、演技において、その技法が高まれば、「それを誰が、どうやってやったのか？」に興味が出るのは当然であり、またその次への期待値を感じさせる宣伝効果としても、それは自然な流れでした。

ゲームにも同じ流れが言えます。若干違うのはスタート時点で娯楽目的であったことくらいかな。後は大体同じ。つまりジャンルが一通り埋め尽くされたと市場が感じてくる後に、その商品性を訴えるフックを、皆がライセンスを中心にしたアイデンティティーに求めてきたということです。逆に今、無名メーカーの無名クリエイターが、新規タイトルでノンライセンスの商品を作るということは、出演者が全く無名で、監督も脚本もプロデューサーも、とにかく全てのキャストが全く無名、という映画を制作するのと同じということです。で、それをみんな見にいきますか？　という問いに対してはNOですよね。まぁ確かに中身が非常におもしろければ、メインストリーム系のカルチャーがあまり好きではない人たちの支持から、多少の動員はあるかもしれませんが、大ヒットは難しそうです。

でも「映画」というもの自体が、目新しくて興味が高い時代では、特にキャスティングなんて気にしなかったはずですよね？　きっと。ゲームも「ゲームで遊ぶこと自体が物珍しいとき」は同じだったはずです。でも映画にせよゲームにせよ数を重ね、お金を積み、表現が高まってそれを期待する市場ができ上がったときから、その部分は大きく変化したわけです。しかし同時にその弊害も一時的に生まれました。いわゆる名前（ネーミングバリュー）に頼りき

った商品が乱発されたことです。市場の拡大を求めて生産性を最重視するようになると、どうしても中身がおろそかになってくるツケみたいなものです。

そして映画、ゲーム、それぞれで言えば特に俳優、ライセンスの類いにおいて「誰々が出演」「何々が公認」とかいう部分を、コンテンツ的に大きく謳ったものに外れが多くなると、市場では逆にそういう部分に魅力を感じなくなるどころか、むしろ歓迎しなくなる人も多く出てきます。しかしそういう時代を経て、現在では「市場に対してわかりやすい後ろ盾がありながら、中身もしっかり作る」ことが定着しつつあり、市場もそれを徐々に理解してきたことで、安心してそのフックを商品価値として捉えています。だからそういうものは買われやすい。結果、売れる。

ゲームのジャンルは限界なのか?

ちょっと話題がそれますが、そもそも何でわかりやすいアイデンティティーがないといけないんでしょうか?

俺はこう考えます。例えばお腹が減ったとき、「あー食ったことのないもの食いてぇなぁ」とはなかなか考えません。普通は「ラーメン食べたいなぁ。それもコッテリ系。ネギもドッサリのっかってて……」と考えるはずです。で、それこそがマーケティングアイデンティティーなのです。つまり無意識に真っ先に思いつくもの。ちょっとこじつけっぽいですが、ラーメンやそば、カレーライス、寿司、丼物等の代表的料理カテゴリーはゲームで言うところの売れ筋のアクションやシューティング、RPG、レースなんかに当たるんだと思います。思いつきやすく、目に付きやすく、安心感があり手を出しやすいと言う意味で。

ということは「カレーそば」はアクションRPGだったりして……冗談です。でも市場には最大公約数として、高い優先順位で頭に浮かべられるアイテムやイメージがあります。これはやはり色んな意味で有利ですよ。ビジネスをする上では。

さらに同じ料理の中でもソウルフード的な料理が存在したり、同じ料理でも味付けは国毎に独特の味付けをしますよね。それはその国民性を重視したマーケティングがあるわけで、同じレースゲームの中でも、その国で特に人気のあるライセンスを取得してマッチさせることで、その有利性を地域ごとにアップさせるのと同じということですね。

でもここであらためて言わせてもらいたいのは、「これからのゲームには全てライセンスを絡めなければダメだ」という結論に結びつけるつもりはありません、ということです。ゲームには例外があるからです。

それはご存知の通り、ゲームには「遊び方」という選択肢が無限にあるということです。映画やマンガはただひたすら目を開けて見ているしかありません。しかしゲームは違います。未だ実現されていない部分も多いですが、基本的には五感を駆使して楽しむ事が許される、数少ない娯楽性を持ったものです。そこを掘り下げることに関してはライセンスの有無はあまり関係ありません。そこはゲーム屋さん独自の知恵を発揮すべきところですから。でもなかなか難しいです。根っこの部分である遊び方そのものを思いつき、遊びやすい、受け入れられやすい形に昇華させることは確かに大変です。ましてはそのトライは難しいだけでなく、お金も時間もかかる。さらに景気もよろしくない。だからこそ「今の時代はライセンスを始めとしたアイデンティティーを盛り込むことで、ビジネスを成り立たせるべき」と判断した人が増えているのだと思います。

でも、それは悪循環の始まりです。現在のゲームがライセンス依存型になってしまった最大の理由のひとつには、ゲームジャンルが落ち着いてしまった、もしくは市場にそう感じさせてしまったことがあるわけです。でもそれは我々業界人の責任です。

ゲームジャンルが限界なのか? そんなはずはない。確かにアイデンティティーの模索には限界があるでしょう。でも遊び方そのものの追及に限界が来た、と呼ぶにはいささかあきらめが早すぎると思います。そこを断固として追及して提案することにのみゲーム業界の未来が待っています。産業の発展の様子は、現時点までは確かに映画に似ています。

でもここから先は違うはず。時代を反映した「遊び方」の提案で、ゲームエンターテイメントの特異性を強調して、ライセンスに依存したビジネスを展開させることが、これからのゲームビジネスの本筋ではないことを、今一度、市場に理解していただかなくてはいけないと感じています。そしてそのマインドから作られた、まさに新しい遊びと呼ぶにふさわしいものに、見事にマッチしたアイデンティティーを付け加えられた商品が出れば、大ヒット間違いなしでしょうね。うーん。がんばります。ではまた。

大好評連載

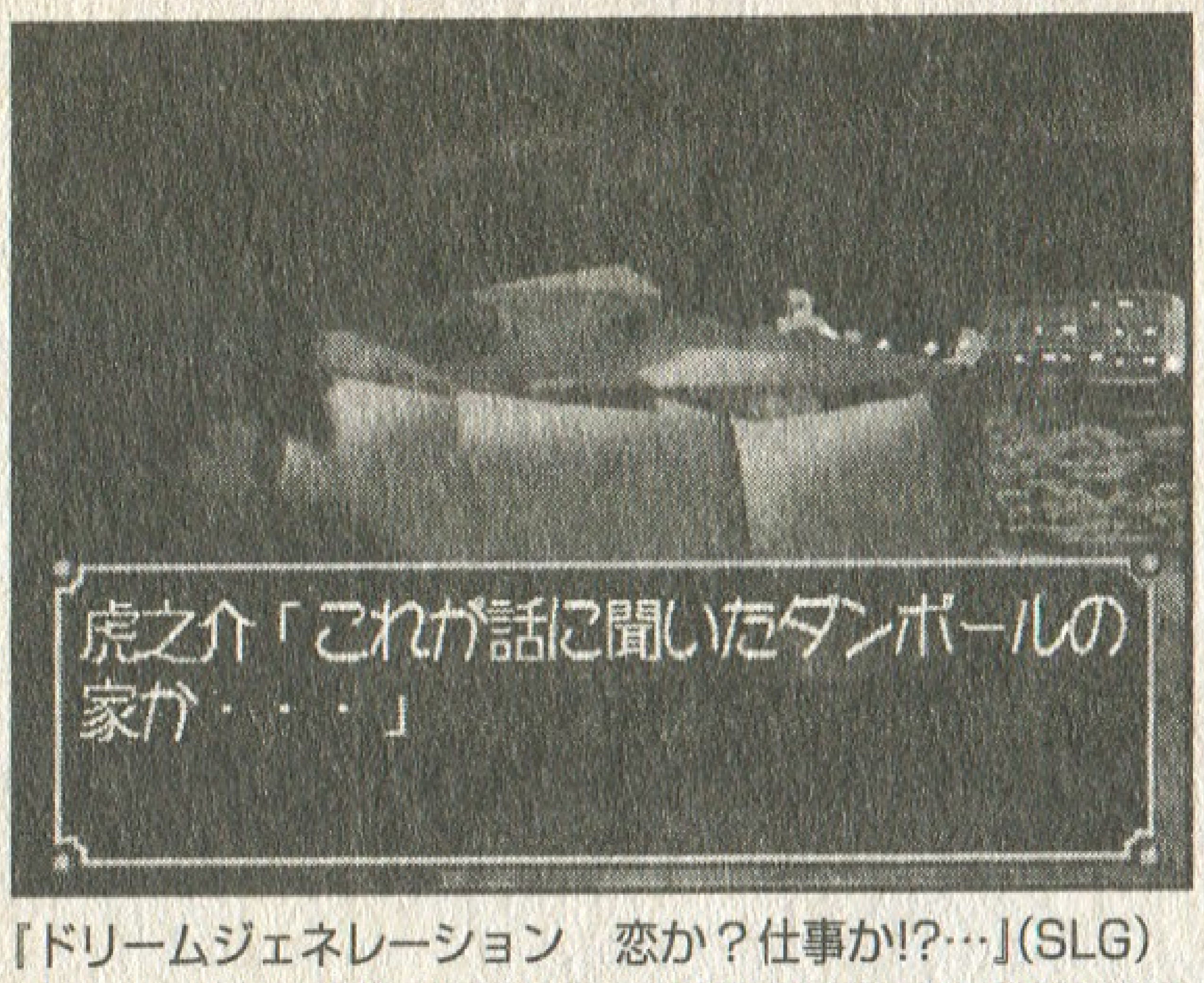
悪趣味ゲーム紀行

第四十九便 『ドリームジェネレーション』（SS）

がっぷ獅子丸

全世界的なゲームユーザーの嗜好として保守傾向が益々強くなっているという気がしませんか。あの**金太郎飴**の様な『三國無双』シリーズのリリース大攻勢でもきっちりミリオン売り抜く状況を見ると、勿論中身あっての結果であるコトには間違いないンですが、得体の知れないお初のタイトルや新ジャンルのゲームを買うなら、安心感のあるシリーズ物に手を出すユーザーばかりというのは悲しい現実です。インディペンデントのメーカーがオリジナルタイトルでジャパニーズドリームを掴むチャンスがどんどん狭められており、低バジェットのタイトルは廉価版で、シリーズ物や版権物しか金が掛けられないというのは、益々ゲームの先細りに拍車を掛けるのみ。ここはひとつ、かつての裸足で地雷原を駆け抜けて**自爆すると**いう漢ゲーマーの復活を切に希望します！ よって心意気のある方は、差し当たり考えなしにＰＳＢＢを買っちゃって、片っ端からオンラインゲームに手を付けるとか、ゲームの購入基準を**50音順**にしてみるとか、目先を変えたゲームライフを提案してみちゃったりします。それはそうと今回紹介するのは、駄目社会人恋愛シミュレーション『**ドリームジェネレーション 恋か?仕事か!?…**』です。発売はメサイヤですけど、企画開発はレインティアとありますが実はあの**エコール**ということで「**僕ら萌えとかじゃないから。スタッフひとりひとりの個性みて貰いたいから**」と、真鍋社長独特のひん曲がったサービス精神に満ち溢れており、真鍋教団信者の地道な布教活動により一部のゲーマーに生暖かい目で支持されてます。ゲームは一年以内に真っ当な社会人となり、併せて彼女をゲットするのが目的で、主人公の**六条虎之介**くんが夢の中で少女に出会うところから始まります。「これからあなたの周りでいろんなことが起こるはず。でもそれは全てあなたの未来に……**だからあしたの同窓会楽しんできてね**」と、色んなコトを言う割には結論が簡単なバシャールの様なアドバイスのうえ久しぶりに街に戻り高校時代の同窓会で、かつての仲間に再会しました。キャラクターは同窓会げなグラフィックで女の子達のバリエーションは最低限押さえなきゃいけないポジションが最初から揃っており、ここまでは何気に普通っぽいンですが、男友達は**ホモっぽいか口の悪い糞家郎**で、冒頭、幼馴染で男嫌いの有末杏子ちゃんの家に居候してたのを追い出され、**ダンボールハウス**に住むところから始まるという、**やっぱりエコール仕事**。このゲームは社会人ギャルゲーだけあってお金の概念があり、自分で稼いでアパートやマンションの賃貸料や日々の生活費、デー

ト資金を確保しなければいけません。アパートやマンションに住まなくてはなりません。住む場所がしょぼいとドンドン体調が悪くなり。体力がゼロになるとこのゲーム、**ぶっちゃけ死ぬ**ので先ずは効率の良い仕事探しになるンですが序盤は結構やりくりがシビア。土曜日は自由行動で街の中を散策し、買い物をしたり駅前留学で自分のパラメータをアップさせたりイベントを発生させるフェイズなんですが、どの選択肢にもコンビニじゃあ『アイス万引き』など必ずイッコは**犯罪方面のコマンド**が入っており、たいていギャルゲー



『ドリームジェネレーション　恋か？仕事か!?…』(SLG)
メーカー：メサイヤ／機種：SS／価格6,800円／'98年7月30日

の主人公というのは無駄に物覚えが良くて成長が早いボンクラですが虎之助は更に僕らよりの人間性になってます。ストーリー的には自分はギャンブラーかプロゴルファーか映画監督のいずれかの夢を志しイベントを発生させてゆくンですが、**余分なドラマ**が一杯入ってて職業を転々とし、収入がドラスティックに上下するトコなどキドキ感あって結構面白いンですけど、女の子の居場所も含め**基本的にノーヒント**。最初はもう訳もわからず金は無いわ誰にも会えないわで、ダンボールハウス生活で体力も資金も底をつき、瀕死の状態でふと立ち寄った待ち合わせ広場で、同窓会以来はじめて遭遇したヒロインの瀬理奈ちゃんに「**あら、虎之介くん。こんな所で何をしているの**」死にそうナンじゃー!!　そうこうしているうちに、この世界の水にも慣れ仕事も頑張って生活レベルも向上し、いろんな女の子の出会いも増えてデートも出来るようになりました。やっぱり幼馴染だけあって杏子ちゃんの出会いが多く、夏はプール、正月は初

詣と日曜のデートを重ね、彼女はもう僕にすっかりメロメロですよ。夜中に彼女ン家いけばパジャマで玄関に飛び出してくるし、仕事先にはストーキングされるわで（ヤツはもう堕ちたな……）と安心し、仕事に精だしてようやく念願の映画監督になってクリア！　ということで最後の同窓会のあと余裕の告白をすると、「**虎之介のことは嫌いじゃないけどちょっと恋人という感じじゃないの**」オマエあんなに潤んだ目してたジャンよ!!　目の前に開発スタッフがいたら、今から皆さんで殺し合いをして頂きたい程に狂おしい難易度設定で餅のような台詞回しと狂気のゲームシステムで人間的なセコさとビターな大人の魅力がギッシリと詰まってます。シューティングの覚えゲーのように何度も繰り返してこの世界のルールを把握してください。ちなみこのゲーム速攻で金を使い果たして超宇宙研究所の先輩に泣きつき**人体実験**のアルバイトに手を出すのが勝利の鍵ですので、ゲームを遊ぶというよりは真鍋社長に自分を弄ばれるつもりで頑張ってみては如何でしょう。



ゲーム業界人の切ない生きざまがよく分かる！
下請け制作会社一筋の著者が贈る　連載第13回！

悲しく　楽しい　ゲーム業界　裏事情

Written by
橋本和明

生き残りを懸けたゲーム下請け会社が一様にたどる、ゲーム販売本数の低下による弊害。つまるところ開発のための受注価格低下は、どうなっているのか？また、クオリティはどこまで落ちるのか？　納期が詰まってくると、無駄な人員を増やして時間あたりの効率をアップさせなければいけない。しかし、予算は無限ではなく、むしろまったく余裕がない昨今では、人を増やすことはできない。でも納期に間に合わなければ罰金を取られてしまう。となると、取る策はただひとつ。実質の作業量を減らすことだ。ということは、ボリュームを減らす、仕様を変えるということで……。

第14回　締め切り末期における「完成」のさせ方

その1　仕様を削る

「今、実装してないんなら必要ない。だって現状でもゲームになっているから」後々に実装しようとしていた、最大のウリともなる新機能は、納期とともに犠牲になる。新機能よりも、ゲーム本体の完成が大事だからだ。ゲームには明確な定義がない。それだけに、時間がなくなればますます機能は削られ、調整は甘くなる。ただ止まらなければいい、という目的がすり替わった状態で納期まで全力投球していくため、時間を増せば増すほどゲーム性は失われていく。「ここのバグ取れません」「じゃあその機能削除！」たとえそれでゲームとして成り立たなくても、バグが出て回収、よりは全然マシなのだ。

その2　雑誌に嘘はない

雑誌を見ると、メーカーの陰謀により、とてつもないはったり書かれているケースもある。「豊富なイベント絵、とか雑誌で書かれています！」「なに、絵は10枚しか用意してない……そうだ、色替えで数だけ稼げ！」、「キャラのプログラムが間に合いません」「雑誌に出ている部分以外は好きなだけ削れ！」というように、雑誌にのったことは絶対だ。たとえそれが、フォトショップで作り上げられた偽画面であろうと、お客さんがそこに魅力を感じて購買に至るかもしれない。だからこそ、紹介されている部分は実装が絶対となる。このように、必ず言い訳を用意しながら切り落としていく。

その3　パフォーマンスを犠牲にする

「描画エンジンがちょっと遅いよね」「時間ない」「ストレスたまるよ」「高速化したらバグ出る」「デバッグの時間ないし、仕方ない」ゲームのプログラムはチューンナップされない。とりあえず動いたプログラムが、デバッグによって細かい穴に補修され、発売される。だから意図しない謎の停止バグなどは取れないし、どうにも不安定だとか、全体的に速度が遅い、あるはずの機能がない、といった画面を見た限りではわからない部分が、これ以上ないというくらい切り捨てられる。画面に何か表示するとき、アクションを起こしたときに、そのほとんどがぱっと瞬間表示になっているのは、同様の理由。

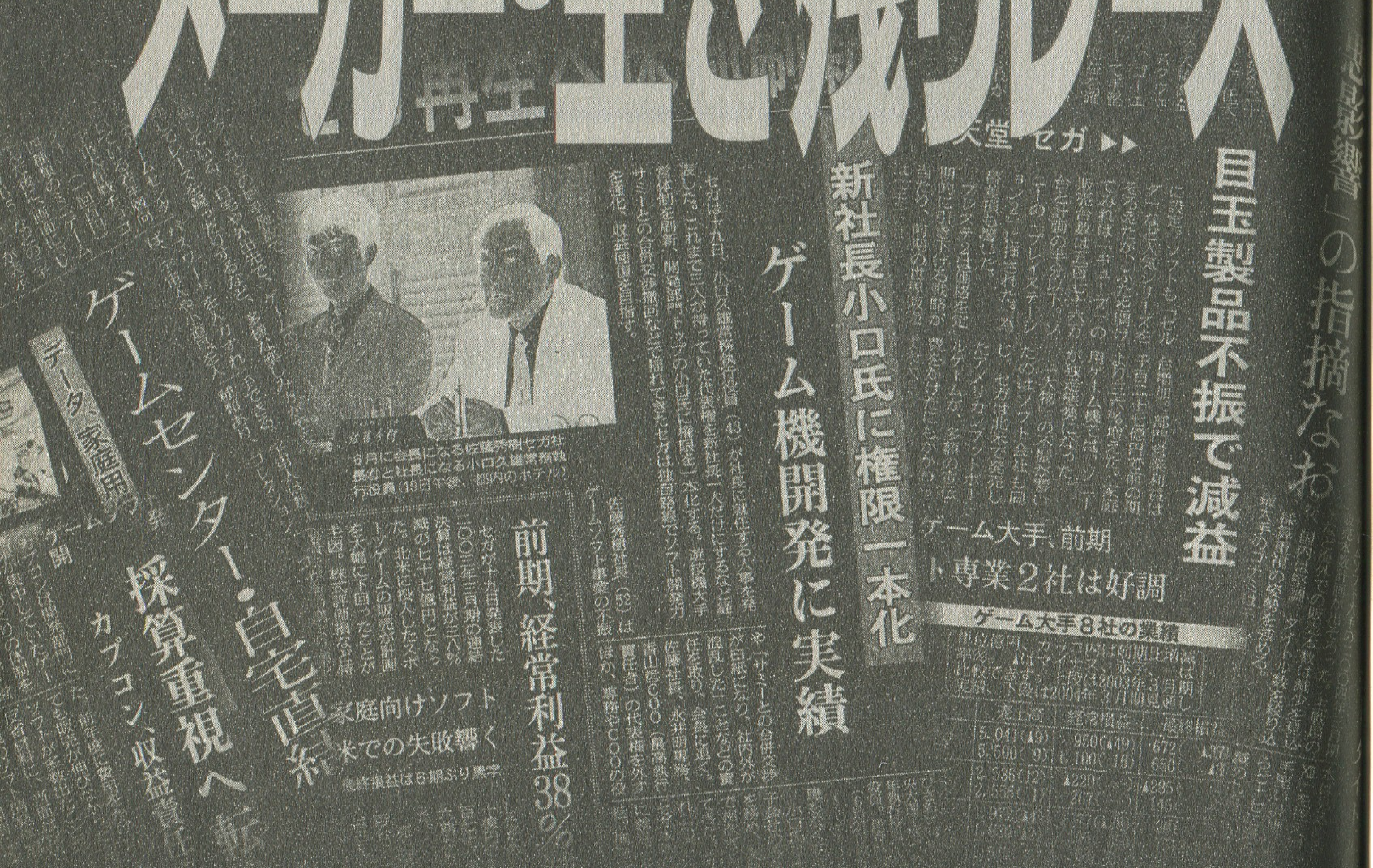
イラスト：安本豪



クライアントとの、言った、言わないという醜い揚げ足取りが繰り返されている間に、納期は訪れる。だが、そんな気分の悪い状況のままで作業効率が上がるわけがない。それでも予算を安く上げなければいけないメーカーとしては、どうしても下請け会社へ依頼しなければいけない事態になる。下請け会社も、仕事がたくさんあるわけじゃないのだから、粗悪製品と呼ばれてしまうようなソフトを、作りたくて作ってるわけじゃない。でも、出さなきゃ回らない自転車操業は、止めた瞬間に死んでしまうのだから、仕方ない……。

ゲーム業界の未来(あした)はどっちだ?

メーカー・生き残りレース



最近のパチンコをご存知だろうか?
明るい液晶画面の中を、細かく描き込まれたキャラクターたちが、
数字とともににぎやかに動き回るパチンコ台を。
映像はまるでSFCかPSのゲーム画面を見ているかのようだ。
このようなパチンコ台が増えてきたのは、ここ数年。
液晶画面の低コスト化、パチンコ台の人気の変化がその主な理由だが、
その陰に、ゲーム業界から流れてきた技術、デザイナー・グラフィッカーが存在する。
これをすべてそうだとは言いきれないが、ゲーム業界がゲームだけでは
食っていけない業界であることを示す、象徴的なものではないだろうか。
いつまで続くかわからない不況の波にのまれ、混迷し続けるゲーム業界。
いや、20年という期間を経て、エンターテイメントとしての最盛期は
終わったと見るのが妥当な時期に来ているのではないか。
その中でメーカーは生き残るために、どのような手段・方法を探っているのか。
ハードメーカーや大手メーカーだけでなく、下請けメーカーの動向も含めて、
ゲーム業界の未来図を予測する。

大手メーカーの実情と未来図

text 吉田龍司

新ハードの発表、合併、社長交代、発売予定本数の絞り込みと、底の見えないゲーム不況に対向すべくさまざまな策を打ち出した大手メーカーたち。任天堂の不振に象徴される「ゲーム」そのものに対する魅力の低下に対し、彼らの見据える未来図とは？

揺るぎなき「王者」の誤算

“夢見るころ”は、とっくの昔に過ぎている。既にゲームという商品は売れなくて当たり前、むしろ売れるほうがおかしい、という感すら出てきた。自動車、電機など他のセクターもそうだったように、右肩上がりの時代が過ぎたゲーム産業は、なべ底のようなだだっ広い野辺でもがき続けるしかないのだろうか。

手持ちの札を眺めても、この難局を打開できる切り札は結局見当たらない。散々言及されたことだが、長引く不況と少子化という大きな背景に加えて、時間消費型エンタテインメントとしての行き詰まりも浮き彫りとなってきた。肝心のユーザーの限られた余暇時間をインターネット、テレビ、携帯電話などと奪い合う中で、ゲームはすでに主役の座にない。

現在置かれている業界の実情をあらためて見てみたい。大手企業の'03年3月期（'02年度・下表）決算からはゲームビジネスの停滞ぶりが一層深刻になっていることがうかがえる。結論から言えば大手7社（任天堂、セガ、ナムコ、コナミ、スクウェア・エニックス、カプコン、コーエー）のうち増益企業は、合併という特殊要因があるスクエニを除いてはナムコ、コーエーの2社だけである。つい数年前までは利益3～4割増も珍しくなかったセクターとしてはあまりに厳しい内容だ。各社は思わぬ誤算に苦渋の色を隠せない。

16％営業減益となった任天堂では、主力機ゲームキューブの販売が576万台と計画（1200万台）の半分以下にしか達せず、ソフト販売も4450万本と、予想を約1000万本下回る結果となった。E3では岩田社長自ら「われわれの思ったほどゲームキューブは売れていない」と認めるなど、“ゲームの王者”の変調ぶりは誰の目にも明らかとなってきている。いくら近年のシェア低下が顕著であったとはいえ、ゲーム作りの上でガリバー・任天堂の存在感は圧倒的なものだったはず。王者の動揺ぶりはそのまま業界全体に波紋を投げかけている。

衰えるキラーソフトの神通力

多くの関係者にとってショッキングだったのは、やはり『ゼルダ』をはじめとするかつてのドル箱シ

ゲーム企業業績（連結決算）

決算（月期）	2000/3	2001/3	2002/3	2003/3	2004/3（予）
任天堂	5306/1450	4625/846	5548/1191	5041/1001	5500/1150
セガ	3390/-403	2429/-520	2063/142	1972/92	1930/125
ナムコ	1480/67	1465/-28	1521/61	1547/94	1648/114
コナミ	1466/309	1714/386	2255/180	2536/-218	2555/275
スクウェア(※)エニックス	912/83	1208/173	614/128	621/171	626/182
カプコン	515/90	490/71	627/97	620/66	630/75
コーエー	169/48	200/70	240/91	268/107	313/121

（売上高／営業利益　単位・億円　マイナスは損失）

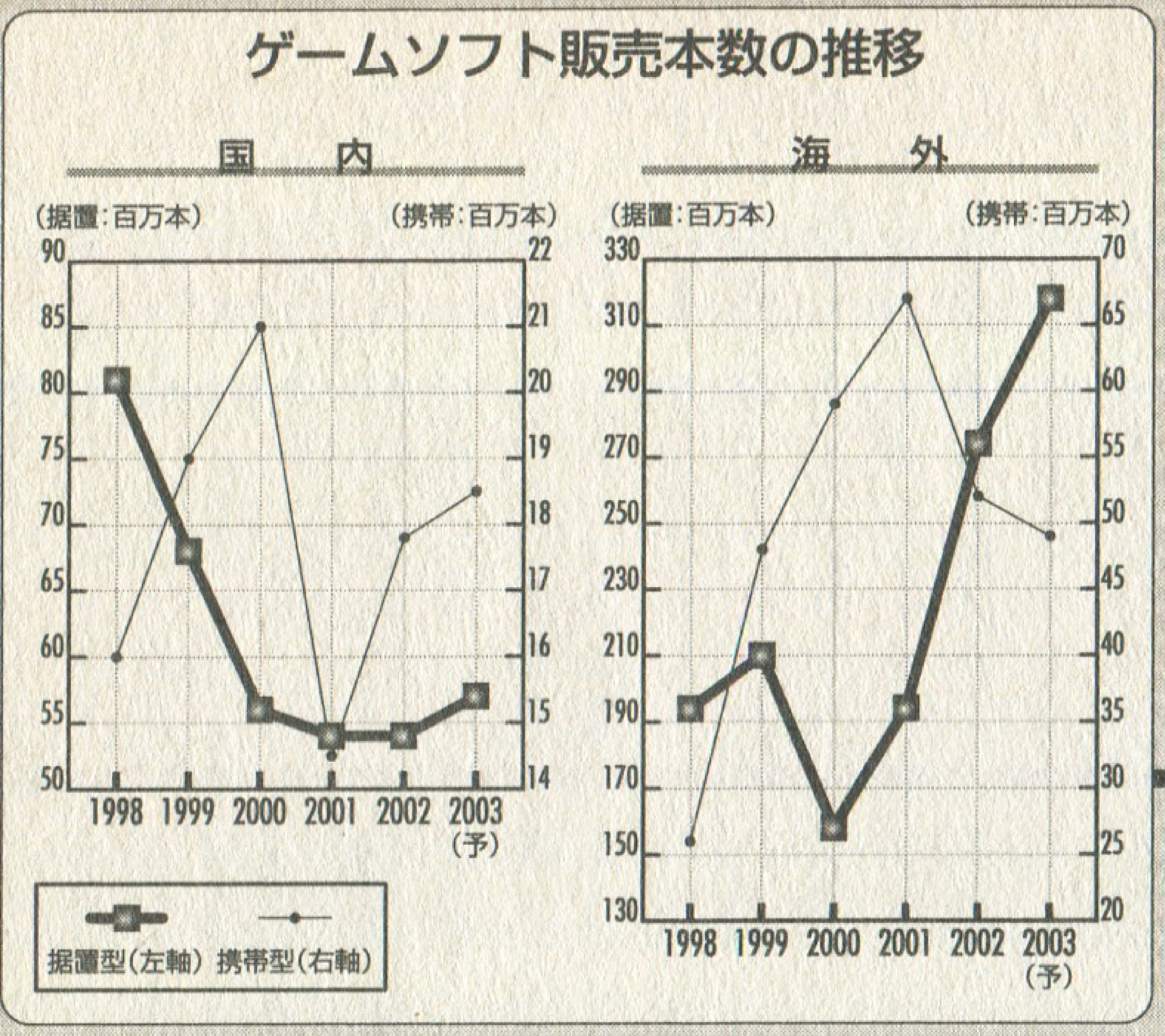
（※）スクウェア・エニックスの数値は旧スクウェアと旧エニックスの単純合算値。なお00/3、01/3期は旧エニックスが連結未開示のため単体数値を採用。

リーズの凋落であろう。ミリオンを期待する声さえあった『ゼルダの伝説 風のタクト』の国内販売は約63万本、『マリオサンシャイン』は約69万本にとどまった。

「良質ソフトの代名詞であるマリオ、ゼルダが売れないとなると、何が売れるのかさっぱりわからなくなった」(中堅小売関係者)。一方、さほど力が入れられてなかった『マリオパーティ4』の販売が約76万本とこの2作をしのぐ実績を上げたことも、「業界は何を売ればいいのか」という問題を更にややこしいものにしているようだ。なぜ〝これぞゲーム〟と呼ぶべき商品が売れなくなったのか。

北米でのキューブの不振も予想外のものとなり、プレイステーション2はおろか、Xboxにさえ水をあけられる展開となっている。「マイクロソフトは値引きは無論のこと、Xboxに5～6本のバンドル(同梱)ソフトを付けるなどなりふり構わぬ販売戦略を続けており、シェア逆転は相当に難しい」(大手証券系アナリスト)。

ビル・ゲイツが目下頭に描いているのは、おそらく次世代機でのソニーとの大勝負であろう。現行のXboxは、その布石程度の意味しか持たないハードなのかもしれない。日本はともかくとして、資金力に物を言わせた北米でのシェア獲得作戦が大きな脅威となってきた。



ゲームソフト販売本数の推移

一方、ソフトメーカーの置かれた状況も厳しさを増している。象徴的なのが名門セガの不振だ。ハードから撤退し、ソフト特化企業への転換から'02年3月期こそ営業損益は黒字に転換した。当時あの香山哲氏は「パッケージソフト世界シェア25%を目指す」との旗印を掲げていたが、この勢いもわずか一年のみ。フタを開けた前3月期業績は35%の営業減益に陥った。販売本数は2000万本の計画に対して1066万本。セガにとって最大の誤算だったのが北米でのソフト事業である。昨年夏にアメリカンフットボールゲーム『NFL2K3』をEAの同種ソフトと同じ発売日にぶつけるという賭けに出たが、これがまったくの裏目に出てしまったのである。EAが百数十万本の売上げを示したのに対し、『NFL2K3』は約30万本の販売にとどまった。

すでに主戦場は北米に?

業界全体にとっても、北米の浮沈は一段と大きなテーマになっている。上図のグラフのように、国内でのゲームソフト販売本数はまさにジリ貧。特に据置型ソフトの低迷は目を覆うばかりである。携帯型にはいくぶん明るさも見られるが、いかんせん市場規模が違いすぎる。なお、今年度の国内据置型ソフト市場は6%弱のプラス成長の見通しにある。現行ハードの普及がこうした見方の背景だが、現状を見る限り、手放しで先行きを楽観視することは難しいようだ。昨年にしても任天堂やセガは強気な見通しを立てていたわけだから。

また、国内市場の中身もかつてとは大きく様変わりしている。年間新タイトル数('00年度)は1329と10年前と比べて約3倍に増えているが、1タイトル当たりの平均出荷本数は'90年度の11万本から6万本に急減した。

一方、前年度に24%増と急増した海外据置型ソフトについては、勢いに乗って今年度は40%もの伸びが期待されている。

前年度実績では、据置型ソフト

嫌いなメーカーとその理由 マイクロソフト■ユーザーのことを、日本では考えていないのでは(草加市 J・BOY)

での北米シェアは51%（98年度29%）、欧州・アジアが31%（同26%）、日本は16%（同30%）だったから、"既に主戦場は北米"と言っていい状況にあるのかもしれない。たとえば日本企業の低迷を尻目にEAの業績は急拡大しているだけに、「大手企業の主力ソフト開発戦略はより北米に軸足を置いたスタイルになっていく公算が大きい」（大手ソフトメーカー）と見る声も多い。

こうした過程で日本市場とユーザーは、ますます置いてけぼりを食らっていく感がしないでもない。ドラクエシリーズがそうだったように、北米で受けるものと日本で受けるものは必ずしも同じではなく、そして逆もまた真なり。

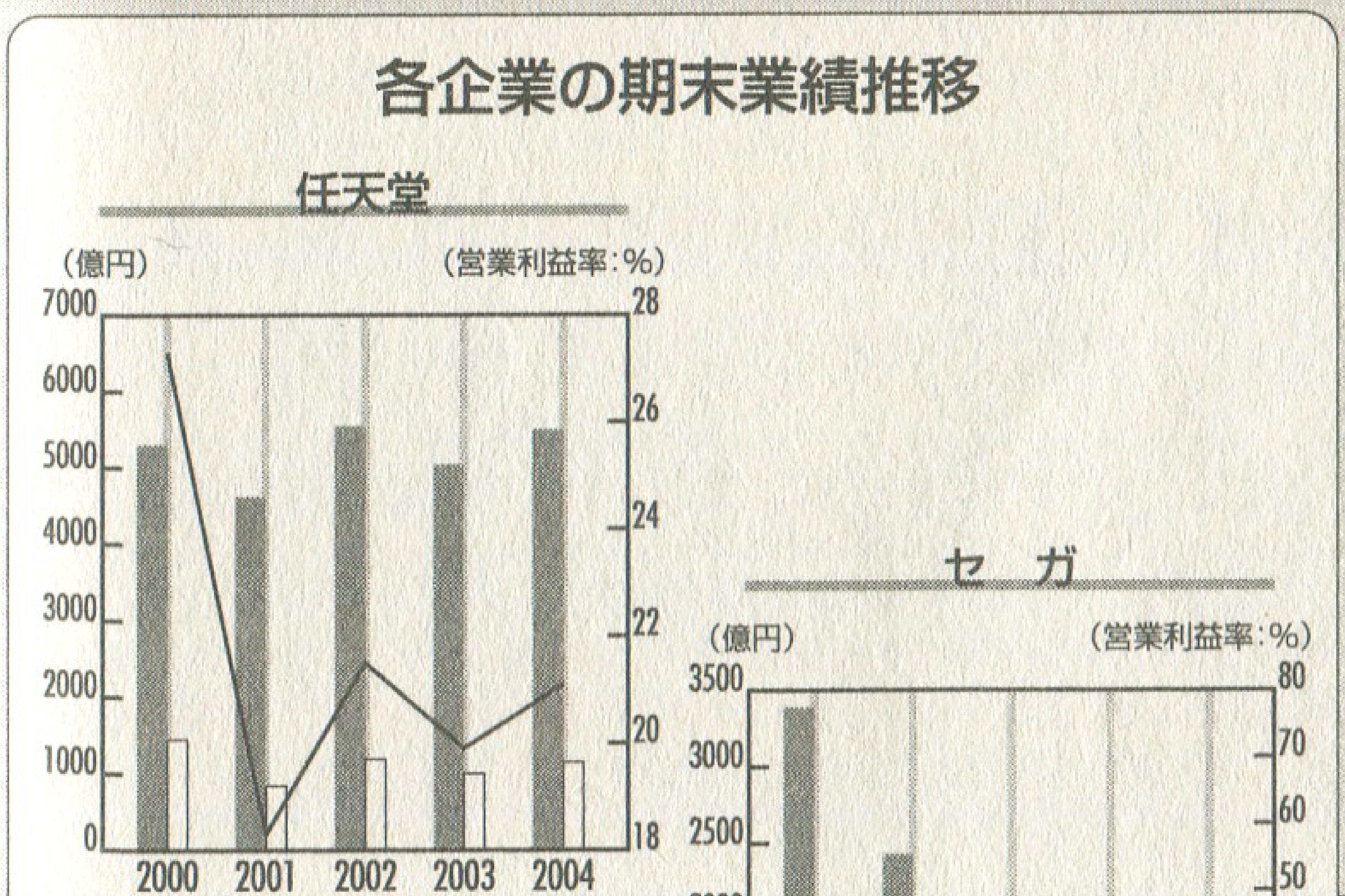
懸念されるのは北米シフトに伴うゲーム開発の歪みである。たとえば、いかに国内で続編が望まれた好タイトルがあったとしても、優先的に開発されるのは北米向けソフトという状況も起こりかねないだろう。ゲームはますます北米基準が意識され、内容面にも影響が及んでくることになる。近年のマリオやリンクが平気で英語を喋り始めたことに違和感を覚える向きも少なくなかったと思う。

減退するビジネスの「うまみ」

さて、こうしたゲーム企業の決算で、全体を通じて気になるのが売上高の頭打ちと利益率の伸び悩み傾向である。

別グラフの任天堂とカプコンの業績推移を見ると両社とも売上げが横ばいであるのに対して、営業利益率（営業利益／売上高×100）は低下傾向が鮮明になっている。つまりビジネスとしての採算性は年々悪化しているわけだ。かつては利益率3割という高収益体質も珍しくなかった業界だが、ゲームの高度化・複雑化に伴うコスト上昇の弊害が露わになってきた感がある。セガの場合は売上げが減少しているものの利益率は改善傾向。ただしこれはコスト削減努力やアーケード部門の健闘によるところが大きく、コンシューマ部門は営業赤字が継続している。また一ケタという利益率はやはり絶対水準として低すぎる。

「当たり外れの大きいゲームビジネスとは基本バクチ」（大手ソフトメーカー）と言われて久しい。しかし、バクチの賭け金が年々高騰し、全体の市場が収縮してしまえば、リスクが大きくなる一方、リターンは減少していくばかり。事実、'00年度の国内ソフト販売本数は1タイトル当たり6万本だが、うち7割が販売本数1万本以下という惨状である。



ゲームが売れない（市場の停滞）、売れるゲームがわからない（販売・開発戦略の不透明感）、ビジネスとしてうまみがない（利益率の低下）。こうした傾向から業界の行く末を考えると、今見える潮流は"縮小均衡"の道だけである。需用が減退すれば過剰な供給サイドが整理されるよりほかない。スクウェア・エニックスの誕生やセガの合併迷走に見られるように業界再編に向けた動きは今後も続こう。

嫌いなメーカーとその理由　セガ■DCやSSを切り捨てるから（新潟県　N64団）

PSPは1万2500円!?

こうした負のカードだらけの渦中に喘ぐ業界だが、少し具体的な未来図を考えてみたい。予想可能な向こう4年程度のタイムテーブルは別表の通りで、大きな動きが始まるのは来年秋～冬から。ソニー初の携帯型ゲーム機となるPSPの登場が短期的な焦点となる。

現状では初代プレステに音楽・映像という付加機能を加えたマシンという位置付け以外はあまりに見えづらい部分が多いため、サードパーティの意見はさまざま。「あの内容だけではまだ明確なスタンスは取りづらい」（スクウェア・エニックス）、「大いに興味がある。PSのソフト資産を生かせる点は魅力」（ナムコ）、「関心は持っているが価格がわかりづらくまだわからない」（カプコン）など。

メディアがGBAのマスクROMと比べて、圧倒的に低コストで生産面も優位なディスクであることには関心が深いようだ。PSソフトの焼き直し可能な点も注目できる。ただし、目下は2万円超の価格が有力とあって、普及に疑問符を投げかける声も多い。市場シェア1～2割程度のハードではビジネスとして成り立たないためだ。ゲーム以外に映像・音楽も楽しめるウォークマンという位置付けも、ソフトが売れないPS2の二の舞いを想起させる。

だが、ここに来て「PSの枯れた技術を応用するだけなので、価格は1万2500円でも可能（利益が出る）」（証券系調査機関）との声が飛び出してきた。仮にこの水準ならば任天堂に互角の戦いを挑め、シェア3～4割も夢ではなくなってくる。PSPの焦点はこの価格一点であろう。

そして翌'05年からは、任天堂が最後の勝負を賭けるであろうキューブ次世代機をはじめ、Xbox2、PS3といった新ハードが続々登場してくる見通しだ。が、オンラインゲームの対応をはじめ、これら3ハードは現状ではまったくの未知数。既にビジュアル面などゲームの進化が行きつくところまで行きつき、「現行ハードと画期的に違うハード」、「現行ハードと画期的に違う遊び」を提案できるとは考えづらい。存在理由の乏しいハードをユーザーが支持するとも考えづらい。PSPにしてもPSの縮小再生産的ビジョンしか見えづらい中で、ゲームの面白さを再認識させるハードになるとも思えない。新しいハードの出現＝新しい遊びにわくわくした時代、思えば業界にとってそうした成長期が異常だったのか。

こうした縮小均衡の波の中で業界が明るさを見つけるとすれば何か。このヒントとして挙げたいのが、思わぬ大ヒットとなった『太鼓の達人』である。ナムコでは「ゲーマーと呼ばれる人でない方が多く購入してくれた。こうした層の掘り起こしは今後も大きな課題になる」と分析している。

ゲーマーがゲームを買ってくれなくなった中で、今はゲームの素朴な面白さをゲームをしない層にあらためてアピールすべき時代なのかもしれない。それはインターネットも携帯も持たない層を喚起するイメージに非常に近い。たとえば日本ほど身近に娯楽が溢れていない北米でのXboxの好調にしても、ゲームを知らない層に対し、マイクロソフトはマイクロソフトにしかできない正しい営業戦略を行っているような気がするのだ。

いいソフトを出せばハードも売れる、という任天堂神話は崩れた。誤解を恐れず極論するならば、次世代キューブのコントローラボタンはいっそ2つに戻してしまった方がいいのではないか。もうゲーマーをメイン層にしていてはソニーには勝てない。最後のバクチを打つならば、本当に仕切り直しをしてしまった方がいいと思うのだ。

ゲーム業界タイムテーブル

2004年秋～冬	『PSP』発売？
2005年12月	『GC』次世代機発売？
2006年	『Xbox2』次世代機発売？
2006年12月～2007年3月	『PS3』発売？
2007年	『GBA』次世代機発売？

下請けメーカーの実情と未来図

text 編集部

ゲーム販売本数が少なくなってきた現在。当然、下請けメーカーへの依頼も減少していくことになる。下請けメーカーが生き残るすべは残されているのか？ そのあたりを都内で活躍している下請けメーカー3社にインタビュー取材を行った。

ゲームだけでは食べていけない

「5年前ぐらいからですかね。開発予算がだんだん少なくなってきたり、メーカーさんが開発を縮小や撤退し始めたのは。その中でどうやって会社を維持していこうかと考え、システム系のソフトや医療用ソフトなどの仕事を次第に増やしていったんです」

そう答えてくれたのは(株)アクセスの代表取締役・高橋氏。10年以上のキャリアある会社だ。

「やはり携帯ゲームの仕事は多いですね。聞いた話なんですけどトーセさんも今ではゲーム開発による収益よりも携帯のコンテンツサービスによる収益の方が多くなってきたそうですよ」(高橋氏)

トーセとは京都にある一部で有名な大手?下請け会社のこと。数多くのゲームの下請けをやっており、その多さは日本一と噂されるほどだ(任天堂ゲームを手掛けることも多い)。そんなメーカーでさえ、現在では携帯ゲームの方が儲かっている状況。他の下請けメーカーも推して知るべしだろう。

また別業種の仕事を引き受けている会社も多い。

「もともとゲーム制作と編集の半々でやっていた、というのもありますけど、最近ではもっぱら編集の仕事が多いですね。編集の仕事は早く終わるし、何より金払いがしっかりしているのがよいです。ゲーム開発なんて何度踏み倒されたかわからないですよ。とりあえず前金を確認してから仕事するようにしています(苦笑)」

ファミコン時代よりゲーム制作に関わり、SFC時代にゲーム会社を起こした(有)イージェーの橋本氏。本誌「ゲーム業界裏事情」のコーナーでお馴染みだろう。

「今年に入ってからですが、アニメのCG部分を引き受けることが多くなりました。もともと、デザイナーを集めて立ち上げた会社ということもありますが、アニメ業界って慢性的に人手不足なんですよ。そこに宮崎監督のおかげもあって若干活性化しているのが現状で、ちょっとでも仕事ができるところにどんどん仕事が回ってくるんです」

そう語るのは某都内有限会社のA氏。6年前に設立した、比較的新しい会社だ。社長であるA氏がデザイナー出身ということもあって、そちら方面での仕事が多いようだ。

いつごろから景気は悪くなったのか

バブル不況時代にあって、ゲーム業界は唯一の成長産業として羨望の目で見られていたところがあった。だがそれもつかの間。長く続く不況もあるが、ゲーム内容自体のマンネリ化、携帯電話・インターネットなどの新しい娯楽産業の登場により、次第にゲーム業界は追い込まれていく。大メーカーの倒産も珍しくなくなった。では、具体的にいつごろから下請けメーカーは厳しくなってきたのか。

「PSが元気だった時期が一番良かったでしょうか。開発費も今の1・5倍～2倍ぐらいの予算があったと思えます(笑)。ただ、PS2になってから技術的に難しいことが増えて、開発期間が読みにく

くなってきましたねー。その頃からユーザーさんのゲーム離れが言われ始めて、10万本予定していたソフトが2～3万本しか売れなかったり。昔はどのメーカーさんも10～20本ライン持っていて、そのうち2本くらい当たれば大丈夫と言った戦略が組めていたんですけどね…」(高橋氏)

「景気の良かったのは…、結局、会社を作ったときでしょうか(笑)。当時、SFC辺りのころは金額も多くて、あまり時間もかからなかった。ただ、PSになってしばらくたった辺りから規模が大きくなってきて、ひとつの仕事をいくつ



ビックタイトルでもいくつもの下請けメーカーが関わっていることは珍しくない（本文と写真は関係ありません）

も会社で分けるようになったんです。それでも仕事があるうちは良かったのですが、PS2の辺りから仕事の量も減ってきて、それを分け合うのが厳しくなってきましたね」(橋本氏)

「ウチの場合は世間の景気どうこうより、自分たちの次の仕事で精一杯だったところがありますので……(苦笑)。良かったのはドリームキャストのタイトルを手掛けさせていただいていたときですね。当時のプロジェクトは物によっては大きなお金をかけて制作することができましたので」(A氏)

やはりというべきか、ゲーム業界全体が活気に満ちていたSFC～PSが下請けとしても良い時代であり、PS2以降は次第に厳しくなっていったのも、世間一般に知られている現象と同じである。

厳しい現状の中で

橋本氏によると、下請け会社の数はかなり減って1000社を下回る数しかないのでは、という。そんな厳しい現状の中で、どのようにしのいでいるのか。

「1ヵ月で仕上げろ、なんて仕事はザラですね。下請けに出す時点で間違ってるんだよって言いながら制作してます。ほとんど尻ぬぐいですよ。こういうのは美少女ゲームに多いですね。コンシューマだと1社でずっと変わらないことが多いし最悪、販売中止になったりするのですが、美少女ゲームは出せばいい、誰が作っても構わない、という考え方だから下請け会社が転々とするんです」(橋本氏)

「グロスで受けることはなくなりました。一本のゲームをお願いするというのではなく、この部分が足りないから手伝って、みたいな。だから1～2人単位での出向作業が多いです。仕事の数自体はそんなに減ってないんですよ。要するにギャラの良い仕事がなくなっているだけで(笑)」(A氏)

仕事の数自体は変わらない。ただ、その条件が厳しいものばかりなのだ。ギャラが下がれば仕事を多くこなすしかない。だが、メーカー側も条件の良い仕事を用意できるほどの余裕がない。目の前の資金を確保するために、少しでも早く、安く、手軽に完成させることが重要になる。

「下請け会社なんてたくさんあるよ、ってカンジでとにかく金額は叩かれまくりですよ。だから厳しい仕事でも引き受けざるをえない。そうやって仕事が増えるとこなせなくなってくる。でも社員を雇うほどの運転資金はない。となると個人外注でお願いするしかないんです」(橋本氏)

個人外注とは、いわゆるフリーで仕事を引き受ける人のこと。足りない部分に詳しい人を探してきて、日雇いで依頼することだ。A氏が語っているのもこれに近い。また、そういったニーズに合わせた会社も存在している。

「クリーク&リバーという3D系のクリエイターがたくさん登録されている人材派遣会社があるんです。かなり多くのゲームに関わってますよ」(A氏)

また近年成長が目覚ましい携帯ゲームの仕事もやはり多くなってきているようだ。

「ウチはAUでゲームアクセスと

いうサイト名でJAVAゲームやココロジーの占いやうしろの百太郎などのサービスを提供しています。敷居が低いというのもありましたけど、かなり早い時期から参加しましたので……。ただ、どうしてもコナミさんやバンダイさんのようなキャラクターを持っている会社の方が有利ですね」（高橋氏）

「iモードとかで食いつないでいる会社もありますね。ああいうのはゲーム会社でないと制作できませんから。ただ、安いんですよね（笑）。なのであまりおいしい仕事じゃないです」（橋本氏）

下請けメーカーならではのトラブル

また、下請けである以上、大手メーカーの動きに影響されるのはある程度は仕方ないところだが、間接的に大きなダメージを与えるものもある。

「低価格シリーズには大きなダメージを受けました（苦笑）。あれのために開発費がどん底まで落ちちゃって。ちょっと良いボーナスくらいの金額で何を作れって言うんですか、と思うんだけど実際に作れてしまうわけですよ。悔しいんだけど」（橋本氏）

さらに孫請け、ひ孫請けともなると間に入ってくる会社によってとんでもない目にあうことも少なくない。

「ある時に少し大きめの仕事の話が来まして。それで社員を何人も動かして人件費を使い、ラインは動いていたんです。ある時メーカーで打ち合わせに行ったんです。今後の予定を確認するために話し合の途中で担当の人の携帯が鳴って。それで『ちょっと……』と言って席を外したら、そのまま帰ってこない。どうしたのかな、と思ってたらその会社の社長が一人でやってきて深刻な顔で『すいません、なくなりました』って。もう、腰抜けそうでしたよ。そしてお支払いもありませんでした。訴えれば勝てるんですけどね。つながりもありますし…」（A氏）

イージェーの橋本氏も述べているが、金の未払いにまつわるトラブルは珍しくはない。また、そういった下請けの厳しい状況を利用して、面倒な仕事を押しつけるメーカーもあるのだからたまらない話だ。

下請けメーカー同士の連携

総じてみると、PS→PS2の移行による大幅なコストアップ、それと同時に始まったゲーム市場そのものの縮小が大きな打撃となっているようだ。しかし、下請け会社もただ黙っているのではない。いくつかのメーカーが協力して技術提携を行い、ハードのスペックアップによる進歩についていこうとする動きもある。

そのひとつがCNC（コラボレネイティブ・ネットワーク・クラブ）。本誌Vol・34でも紹介しているが、技術提携や勉強会を行うだけではなく他業種との人材交流、そしてビジネスのためのファンドやプロデュース会社の設立も目指している。アクセスの高橋氏も参加しているのだが、現状はなかなか思うようには進まないもようだ。

「アメリカなどではあるみたいですけど、こういうM&A（注）的なものは、やはり力のある会社、任天堂さんやソニーさんみたいな会社が、具体案を出して指導しながらでないと難しいと思うんですよ。同じ規模の会社同士だとどうしても牽制し合ってしまうところもありますし、何より全体を見る余裕がないんです。あきらめているわけではないのですが、個人的には大きなところ（メーカー）が引っ張るカタチにならないと難しいところがあると思います。

政府等も、IT系&ゲーム系は日本特有のものと考えてベンチャー企業として育てていこう、という方針はあるんですが、あまり大きく踏み込んでくれないんですよ。CESAあたりにもう少し頑張っていただきたいのですが……。あと、若い業界ですから企業モラルが確立されてない、というのもあると思いますね……」（高橋氏）

近年、アメリカのゲームが元気になった原因のひとつに技術提携があると言われている。メーカー同士がオープンに技術交換した結果、優秀なゲームが多く登場するようになったというのだ。同じこ

（注）企業の合併および買収のことだが、広義には支配権の移転を伴わない提携やジョイント・ベンチャーなども含まれる。

とを日本にそのまま持ってくるわけにはいかないだろうが、将来のことを考えれば何かしら行動する必要があるのではないだろうか。

生き残りへの道

今、ゲーム業界のネットワークゲームにかける期待はかなり大きいものがある。黒字転化した『FFXI』、アジアで大ブームとなった『ラグナロクオンライン』などの成功例を見て、新しいビジネスモデルとして注目するのは当然だろう。そしてそれは下請けメーカーにとっても同じようだ。

「現状ではロイヤリティ収入は少なくなっていく一方ですから。そういう意味ではネットワークゲームの形式には注目しています。スクウェア・エニックスさんはずっとやってますし、コーエーさんも始められましたね。だいぶ認知度も上がってきたと思いますよ」(高橋氏)

ただ、当然というべきか敷居は極めて高い。

「興味はあります。検証とか実験は社内のスキルアップという意味もあってやってますし。でもこの会社規模でネットワークゲームをやるのは難しいです。販売後もずっとパッチなど作り続けていかなければいけないのも厳しいですし。あとネットゲームってチャットソフト的な面が大きいじゃないですか。そうなるとどうしてもブランドイメージがでかい方が有利なんですよ」(橋本氏)

やはり現時点で下請けはゲームだけに仕事を絞らず、冒頭に挙げたようにいくつもの仕事を兼任しつつ生き残りの道を探っていくのがベターなのであろう。

「ゲームだけで食べていければいいんですけどね。ウチでは2年前から医療用の予約システムや介護用のシステム開発を始めました。D3パブリッシャーさん出資で設立した、ハートラインという会社さんと共同で無人予約やWEB上や携帯電話からも予約できるシステムを作りまして現在、医療用の予約システムとして、ハートラインさんの方で販売し、かなり認知も上がってまいりました。これまでゲーム制作で身に付けたユーザーインターフェイスのノウハウが生きていると思います。また今後はゲーム系(モバイル系含む)、システムソフト系、娯楽運用機系と3つの分野で仕事をこなしつつ、このようなスキマを狙った作品で勝負していきたいです」(高橋氏)

「今、ゲームの仕事を無理してやる必要はないと思いますよ。もちろん、ウチは続けていきますけど、それだけでラインが埋まることはないし。どちらかというと編プロ・WEB編集の仕事をメインで、それで手が空いている人がいたらゲームも進める、みたいなカンジですね。ただ、本もそうですけど、娯楽産業には常に関わっていきたいと思っています」(橋本氏)

「ウチは今まで大きな仕事を受ける体制しかなかったのですが、今後はもう少し小回りの利く体制作りをしたいですね。小さな仕事が多くなりつつありますのでクライアントの要求に応えられるようにしていきたいです。あとウチもそうですけど、もう少し業界が大人になっていかなければいけないなと思います(笑)」(A氏)

橋本氏によると昔と比べると優秀な人材が少なくなった、という。昔は少ない人数で会社を立ち上げ、ゲーム制作することができた。それが不可能になり、金銭的にも恵まれないとなると、メーカーに入るかシステム系に流れてしまうのもムリはない、と。

ゲームを実際に制作している人たちの能力こそがクオリティに大きく影響する。手遅れにならないうちに対応策を、大手メーカーも含めて考えなければいけないのではないだろうか。



最初の約束以上の仕事が追加されるのも多いらしい
(本文と写真は関係ありません)

嫌いなメーカーとその理由
カプコン■三上氏が「『バイオ』はPSで生まれたのだから整数バージョンはPS2で出す」と言っていたのに、あっさり裏切ってGCの独占供給になっていた(富山県 福田共泰)

ゲーム業界そのものの生命力が問われる

厳しい時代を乗り越えていけるのか？

セガ＆トレジャーへの声が多かったです

予測される結果ではあったが、大小限らず、ほとんどのメーカーが何らかの問題点を抱えている苦しい状況だ。

大メーカーは古い体質からの脱却にてこずり、中小メーカーは自転車操業に追われる。

本文中にもあるように「良いゲームを作れば売れる」時代ではなくなった今、新しいエンタテイメントの世界を築くのか。あるいは「ゲーム」とともに縮小していくのか。そろそろ分水嶺に差し掛かっているのではないだろうか。

どんな未来図であるにせよ、それを描くのがゲームに関わってきた人たちであってほしいと思う。

この特集では最後に読者の皆さんから届けられた「これから期待するメーカー」の声を紹介し、まとめとしたい。

▼……▲

★セガ

●何か応援したくなる。（静岡県　9肉）

●ただのメーカーとなり神話が崩れたことがいいソフトを出す原動力になってほしい。未だにほしいソフトは少ないですが。（北海道　三浦冬峰）

●DC2を出せるくらいの勢いがほしいです。というか出してください。（愛媛県　こーさか）

★任天堂

●ハード家ではなくソフト家としてゲーム業界を引っ張ってほしい。（兵庫県　ポンポンポン）

★スクウェア・エニックス

●巨大な2社が合併した成果を見せて欲しい。（大阪府　かどまじんDK）

★トレジャー

●外れがない。『レイディアント・シルバーガン』『斑鳩』で新機軸も開けたし、もっと発展して欲しい。（茨城県　def）

★カプコン

●しっかりしてくれないと困る…。（大阪府　Tom.C）

★ロックスターゲームス

●日本のメーカーに渇を入れてほしい。（茨城県　超議長）

★D3パブリッシャー

●安価ソフトを出し続けてほしい。（宮崎県　ぷうかJターボ）

★New

●現在分社化中のままになっているので。良作アクションゲームメーカーとしての活躍を期待している。（静岡県　ペタジーニ）

★カルチャー・ブレーン

●今のまま孤高の道を歩んでいってほしい。私はついていきます。（茨城県　c.g.ponn）

★チュンソフト

●業績上げていつか「街2」に挑戦してほしい（切望）。（群馬県　赤と青）

★グラスホッパー・マニファクチュア

●須田剛一というトンがった人材が異色作を出し続ける余地があってこそ、ゲーム業界は豊かと言えよう。というか単なるファンです。（三重県　ヤバラ）

★アルファシステム

●天才・芝村の今後が楽しみだから。（神奈川県　瀬山響）

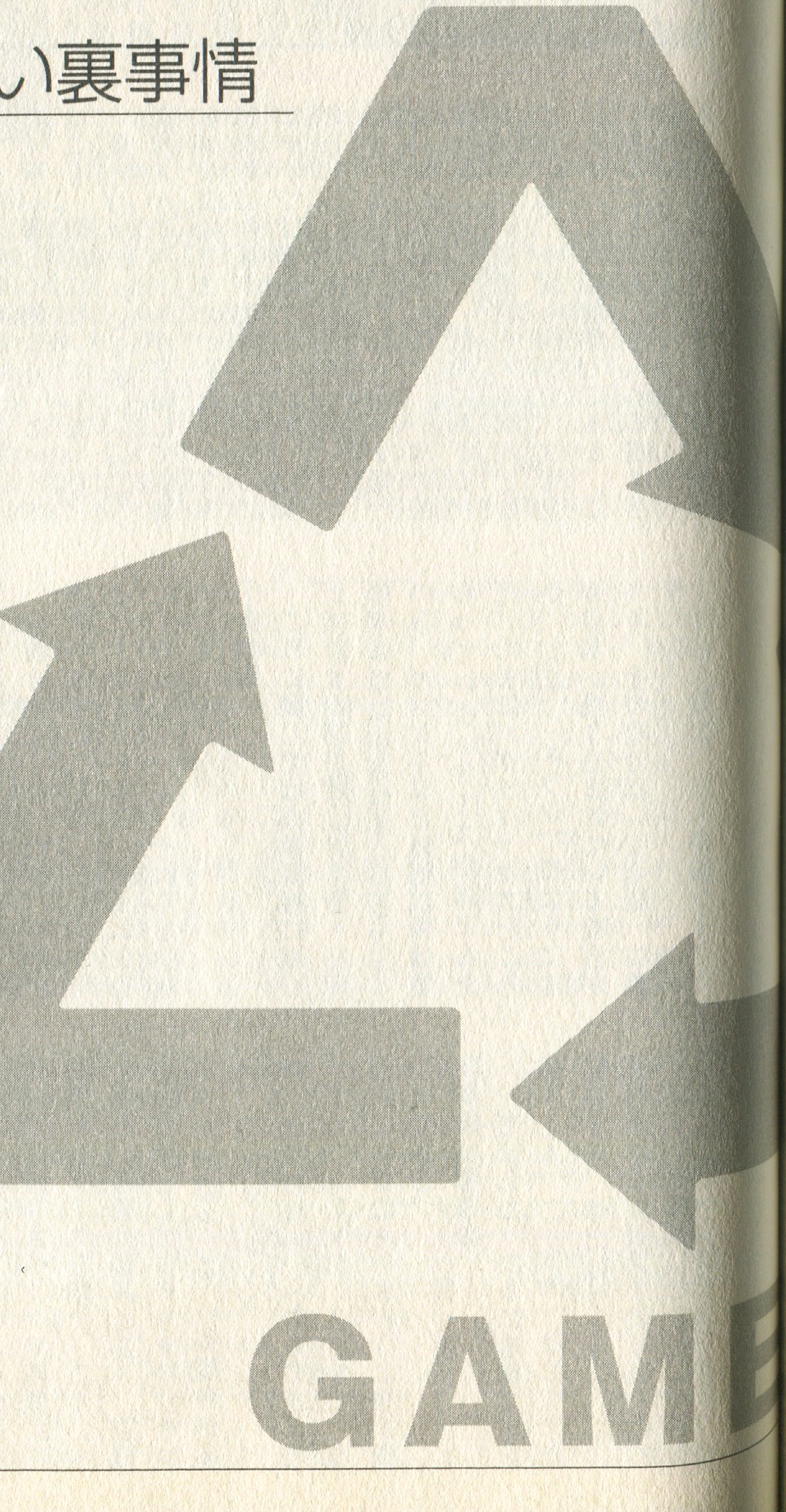
★全部

●国内の規模がどんどん小さくなってきているので。（大阪府　believer）

第4特集

リメイク・続編・移植

あなたが知りたい裏事情



リメイク、移植、続編と聞いてまずどんなタイトルが思い浮かぶだろうか。はっきりと○○というタイトルが思い浮かぶ方、どれがどれかさっぱりわからないという方、それこそさまざまな方がいるだろう。何と言っても今のゲーム業界は、ジャンル名すらシンプルにすることができない。読者にも次ページから紹介するような疑問を感じている方も多いことだろう。なぜ、ゲーム業界は複雑化するばかりで、シンプルに事を運べないのだろうか。

正直お腹いっぱいです！

完全版って一体何よ ～ネタのないゲーム業界～

人気のあるタイトルしか売れなくなった昨今、二毛作をやりたい気持ちも分からなくはないが、何事にも限度がある。

Text by 天野譲二

オリジナルはどこにあるのか

映画では、制作当時編集権がなかったために、プロデューサーや会社に不本意な切られ方をした作品を、後に監督自身が作り直したという例は昔からあった。

ビデオソフトが普及して巨大な市場を生成し、その発売が「第二の封切り」と呼べるような状況になった今、映画の劇場公開版とビデオ版が著しく異なる、というのはごく一般的になってしまった。

最近のアニメにも多いのだが、制作スケジュールが破綻して劇場に未完成なままかけたとか、TV放映版は作画が壊滅していたのにビデオでは普通だったとか、日本のDVDだけ画面が真っ赤だったとか、もはや何が「オリジナル版」なのか分からないほど、一本の映像作品に対して、世間に異なるバージョンが複数混在する状況となっている。小説も同様で、文庫化にあたって大幅加筆どころか、ことあるごとに直しを入れる書き手もいる。

これが作り手側のこだわり、というのはまだ許せる。しかし実際には「劇場版（TV初放映版）」「ビデオ版（DVD版はまた別に作っていたりする！）」、あるいはそれが一巡してから「完全版」といったように、制作者側がバージョン違いをリリースすることを最初から予定しているケースが多い。

蔓延する5つの手口

前置きが長くなったが、多額の投資をせずに二毛作、三毛作を可能にするシステムは、ゲームにも広く普及している。それらを系統別に見ていこう。

①廉価版

これに関しては市場価格に即した実質上の値下げ（メーカー在庫処理または中古つぶしとも言う）のみ、パッケージと価格以外は変わっていないケースがほとんどだ。たまにバグフィックスどころか、『侍』、『エラン』のように追加要素が盛り込まれている場合があり、その場合は「完全版」に該当する。

②パッケージリニューアル版

これは①と重なるものが多いのだが、中身を変えずに、パッケージだけ変えて売るもの。『トゥルー・ラブストーリー』、『NOeL』のようなギャルゲーに主に見られた。

③他機種移植版

古い機種からの場合はリメイクに相当するので、ここではPS2、Xbox、GC、DC（昔ならばPS、SS、FX）のように同時代のほぼ同等スペックの機種に移植されるケースを指す。こういった場合、後発の弱みもあり、新規追加要素としてシナリオやグラフィックを増やしている場合が多い。『バイオハザード コード：ベロニカ』のほか、『ときめきメモリアル』、『EVE ZERO』などのこれまたギャルゲーに多いケースである。

④同機種移植版

一度出したソフトに追加要素を盛り込み、「完全版」としてまた発売する。中には③と併せ技で、他機種に追加要素を盛り込んだバージョンを移植したあとに、さら

嫌いなメーカーとその理由　アトラス、テクモ■志が低い（北海道　斉藤章道）

に追加して出戻ってくる『ボカンと一発！　ドロンボー』、『マリーのアトリエ』のような、おまえらいい加減にしろと言いたくなるような売り方をするものもある。

⑤追加ディスクの発売

『真・三國無双Ⅱ　猛将伝』、『グランディアデジタルミュージアム』、追加シナリオのダウンロードサービスを用意した『サクラ大戦3』、『Never7』など。パワーアップキットや差分を廉価または無料で提供するという姿勢は良いが、中には内容に比べて価格が高すぎるものや、『ときめきメモリアル2』のEVSディスクのように、最初から入れておけよと言いたくなるものもある。

これらの中で横綱級が『サクラ大戦』だろう。SS版（通常版・限定版A・限定版B・復刻限定版・サタコレ版）、DC版（通常版・限定版・メモリアルパック・コンプリートボックス）・Windows版（限定版・普及版）・PS2版（限定版・通常版）。リメイクや移植など多少の差異はあるとはいえ、ほぼ同内容のソフトがこれだけ出ているのを見ると、開いた口がふさがらなくなってくる。しかしこれなぞは、1本だけ買えばあとはそんなに気にならないから、コレクターでもなければ他人事で済む。

困ってしまうのが、『サイレントヒル2』と『メタルギアソリッド』シリーズに代表される、④であろう。前者はPS2版が出たあとにシナリオを追加してXbox版を発売したあと、さらにシナリオを追加してPS2版を発売。後者はほぼ1年強の間に、同一機種でオリジナル版と完全版（『メタルギアソリッド・インテグラル』、『同2・サブスタンス』）が発売され、廉価版の発売と合わせ、市場にはオリジナルの値崩れした中古ソフトが氾濫した。





左が『サクラ大戦』、下が『サイレントヒル2』

シナリオ追加は結構なことだが、そのためだけに、ソフトのみならず、時にはハードまでも購入させられるユーザーがいることを忘れてはならない

安易な完全版乱発がユーザー離れを促す

なぜこのような「完全版」商法が増えてきているのか。好意的に見れば、作り手側が製品発売後にユーザーから寄せられた意見を参考にし、かつ自分たちが表現したかったのにできなかったことが明確になり、熱意と奮闘の末に完全版としてリリースすることにこぎ着けた……すいません、「プロジェクトX」を見すぎました。

冗談はともかくとして、最終的には前述のように「商売」だからと思ってよい。もし本当に制作側がこだわりを見せるならば、決算期に間に合わせるために、不完全な状態のまま拙速にリリースするよりは、きちんと作り上げてからリリースするのが筋だからである。

もっとも不景気な話が先行するゲーム業界の状況をかんがみれば、まったくの新作や、消費者ニーズをきちんと把握したリメイクに手を出すよりは、ヒット作を少しだけいじって、2回、3回と、多くのユーザーの買い替えをあおってもうけたほうが楽と、そろばんを弾くメーカーは少なくない。

とはいえ一度購入した製品をまたほぼ同等の価格を出して買うほど、ユーザーは愚かではない（と信じたい）。実際、完全版が出たおかげでオリジナルが値崩れし、かつ完全版が思ったほど売れず、不良在庫と化しているという悲惨な状況が最近は目につく（え、ショップに納品してしまえば、メーカーの関知することではない？）。付け加えると、この手の「常習犯」のメーカーには買い控えという選択肢が口を開けて待っている。自転車操業というか、自縄自縛というべきか。「完全版」の安易な乱発は、そのメーカーの品位とブランドイメージを低下させる禁じ手と心得ておいたほうがよいだろう。

嫌いなメーカーとその理由　任天堂■任天堂は3Dのゲームを作るのがヘタ（石川県　昇尊和）

読者アンケートに見る！

リメイクゲームは
リメイクすべきか!?

名作を残すため、ユーザーからの要望が多いため、とリメイクされるタイトルがある。だが、それは本当にユーザーが望む形でリメイクされたのだろうか。

Text by 天野譲二

線引き自体がとにかくあいまい

リメイクと言っても、リメイクだか続編だか移植だかパック商品だか題名を借りた新作だか、明確に線引きしづらいものが多い。とはいえその辺を厳密に定義付けしていると誌面が足りないので、この辺はアバウトに進めていきたい。

さて、リメイクがなぜ作られるのかといえば、「オリジナルの新作で挑戦するよりも、リメイク企画のほうが利益が出ると判断された」からである。

とはいえリメイクの道は険しい。制作側もゲーム制作で飯を食っているという自尊心があるから、最新ハードの能力をフルに使ってグラフィックを強化、シナリオもキャラクターも今風にリファインして自信満々で作ったら、オリジナルのテイストを完膚なきまで破壊して、本来購買層になるはずだったユーザーの反感を買ってしまい、誰にも受けなかったという事態に陥りがちである。

実際、名作・ヒット作の名前を冠しながら、あまりの出来の悪さや外見に観客がそっぽを向いた作品は枚挙にいとまがない。

ユーザーが評価する4つのポイント

それではユーザーはリメイクのどのような点を評価するのか？

①ゲームとしての質が高い。

②オリジナルのテイストを残している。

③復刻でなく、その時代の作品として相応の作品になっている。

④機種や時期を含めて、投入するポイントが的確である。かつ頻繁に投入されすぎていない。

といったところである。

ではリメイク作品について、本誌読者の感想をピックアップしてみよう。なおここでは、一つのソフトに対して多く見られた、または的確と思う意見を取り上げる。

■成功だと思う

・『ドラゴンクエストI～III』

「新たな要素を加えながらも、原版の魅力を損なわず、遊びやすい。リメイクの教科書と言っても過言ではないのでは」

（神奈川県　瀬山響）

・『ファミコン探偵倶楽部PARTII　うしろに立つ少女』

「正統な進化って感じ。SFCカセットの書き換えはできなくなるので、他もGBAあたりで出して欲しい」

（兵庫県　ポンポンポン）

・『バイオハザード』

「この作品で久々にマンネリを解消し、真の恐怖感を味わうことができました」

（神奈川県　ミルクティ）

■失敗だと思う

・『サクラ大戦～熱き血潮に～』

「SS版の頃は、シナリオの最悪っぷりもとりあえず無視できるぐらいわくわくできたけど、PS2版は特に面白みを感じなかった…というか、全然面白くなかった」

（東京都　かえるあたま）

・『スーパーダライアスII』

「BGMにギトギトのアレンジが施されてました」

（石川県　泥田坊）

・『かまいたちの夜』

「音楽はSFC版の方が味があったし、フローチャートはうざいし、

CGも違和感バリバリ。裏技も味気なくなってる」

（三重県　ヤバラ）

ちなみにアンケート回答者の52％が成功、31％が失敗だと思う作品に接していると答えた。成功と思う作品に、任天堂ハード系が多いのは、やはり過去の資産が莫大な同社ならではといったところか。また、ゲームが2Dから3D主流へと変革し、リメイク作品が中途半端にオリジナルの味を消してしまうケースが多いのに対し、FC／SFC→GBAという、2Dソフトに親和性の高い道を用意している点が威力を発揮したとも言える。ただし同じ任天堂系でもGC『メトロイドプライム』、『ゼルダの伝説 風のタクト』は、その内容うんぬん以前にグラフィックでユーザーにそっぽを向かれたのが興味深い。片やアニメ絵の猫目少年、片や一人称視点の3DACGと、GCというハードを意識した進歩をさせながらも、日本のユーザーを意識しなかったとしか思えない外見が売上げの苦戦を招いたと言っても過言ではあるまい。

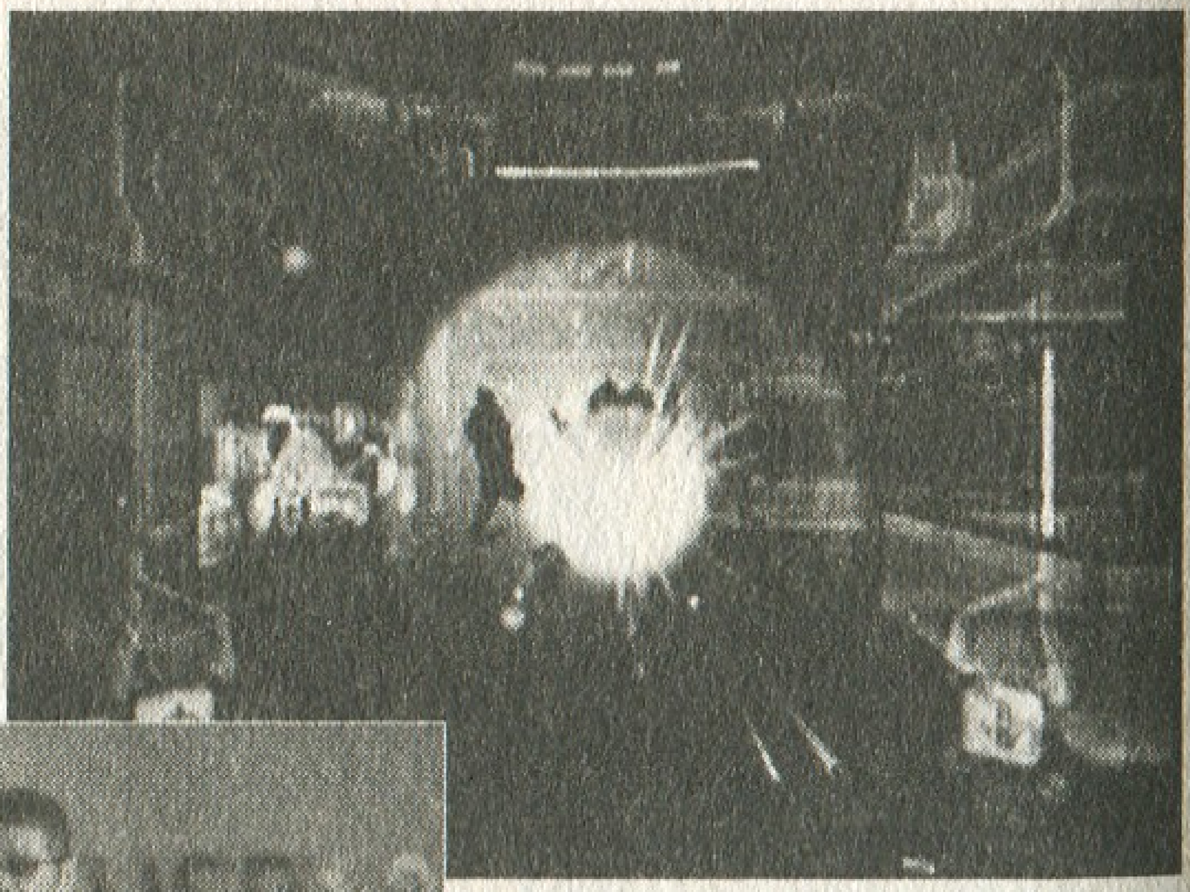
ポリゴンへの変化はリメイクゲームの鬼門

この2D→3Dは鬼門で、ドット絵からポリゴンへと変化したときの違和感をいかにして忘れさせるかが、今後も重要な課題となるだろう。違和感といえば、『アルゴスの戦士』のディスカーマー以外はオリジナルをみじんも感じさせない作風や、キャラクターを3D化して制作側の売りとファンの期待が見事にすれ違った『ときめきメモリアル3』も同様だ。

さて、ゲームはグラフィックやサウンドといった目立つ部分でなく、システム周りも重要だ。

GB版『DQⅠ～Ⅲ』が好評だったのに対してPS版『DQⅣ』は「見づらい、操作しづらい」と概して不評で、SLGなどと同様、3Dゲームらしくクォータービューにした作品はきっちりと作り込まないと、不満が出やすい。

リメイクにあたってゲーム内のシステムを大幅に改変した作品も不満を買いやすい。その最たるものは『アンリミテッド・サガ』だろう。「宝箱一つ開けるのに苦労する」と評判は散々である。



なぜか一人称視点にしてきた『プライム』は、日本ではなく海外市場を中心にしていたという話もある



長い時を経て復活を果たした『MOTHER1+2』。発売イベントも大盛況ということもあるが、これだけ皆に望まれていれば、リメイクも悪くはない

システム周りといえば、『どうぶつの森e+』。今回の目玉は同梱されている「カードeリーダー＋」への対応。だが、周辺機器やカードなどを買い足さないと楽しめない要素を追加されても……というのが率直な感想である。

また、ゲームの魅力の核をなしていた原作、構成やシナリオ担当者と縁を切っておきながら、その作品のリメイクや続編を乱発するメーカーには寒気を感じる。まして『メタルマックス2改』、『真・女神転生Ⅱ』のように、バグが多く発見されているソフトは、出さないほうが良かったと罵倒されるのは当然である。

正直な話、筆者は「良いアイディアや要素を持ちながら、完成度や売上げ的に失敗した作品を救済する」という趣旨のリメイクには賛成しているものの、リメイクは好きではない。映画やテレビが昔の資産に依存して、市場を硬直化させ、縮小させていくのを見ると、ゲームもまた同じスパイラルに陥るのかと危惧せざるを得ない。

無論おもしろい作品や題材に対して、時代を超えて伝えていこうとする努力は必要だし、悪いことではない。

とはいえユーザーに「オリジナルへの侮辱」と揶揄される作品が目立ってきている点は懸念すべきだろう。制作側が魅力を力説しても、ユーザーがしらけてはすべてが水泡に帰すのである。

嫌いなメーカーとその理由　コーエー■フザけた値段設定と、その言い訳（大河原町　ケロケロ皇帝）

受け継がれるタイトル名～続編の延命処置～

**相変わらず厳しいゲーム業界。
撤退を余儀なくされたメーカーが保持している良作を
受け継ぐ意義はどこにあるのか。**

Text by 松田剛

買ってでも欲しいシリーズタイトル

「柳の下にいつもドジョウはいない」と言うが、ことゲーム業界に関していえば、ドジョウを見つけた柳の下は買ってでも押さえておくのが当たり前。続編・シリーズものが氾濫する業界である。人気シリーズを多数保有することに成功した会社は体力をつけ、分社化してみたりキャラクター商品を出してみたりと経営拡大していく。経営のセオリーというには短絡的すぎるかもしれないが、人気シリーズの確保は会社にとって極めて重要なファクターである。

　ただし、そうは言ってもこの不景気。人気シリーズのひとつやふたつでビルが高くなるとは限らない。時にはその利益をもってしても経営難に陥り、撤退を余儀なくされたという例もある。この場合、せっかくの人気シリーズは販売元を失い、ファンに惜しまれつつ消滅の一途をたどっていく。……と思いきや、体力のある別の会社が版権を譲り受け、生き残るシリーズタイトルは意外と少なくなかったりもする。ここ近年で見ても、『探偵神宮寺三郎』はデータイーストからワークジャム、『クロックタワー』はヒューマンからカプコン、『天誅』はソニーミュージックエンタテインメントから米アクティビジョンへ、『ファイヤープロレスリング』はヒューマンからスパイクへ、というように、名だたる人気シリーズものが版権を移して復活しているのだ。

　新しい販売会社が版権を譲り受けるまでの経緯はさまざまだが、〝商売として成立する〟という条件だけは、すべてにおいて共通のものだろう。これは言うまでもなく、人気シリーズのタイトルを冠にした商品を販売することで、それまでのファン層を中心とした、ある程度の固定本数を見込めるという思惑である。版権が移ってまで生き残っていくタイトルは、それだけ良質だと評価されてきたがゆえ。会社に新たなビジネスチャンスをもたらし、続編を望むファンに応えられる、タイトルの冠名が持つ価値の高さなのである。





上が『Innocent Black』、右が『灯火の消えぬ間に』。どんなにグラフィックが変化しようと、作品が持つ雰囲気は失われていない

続編を販売するスタンスの違い

良く言えば行き先を失くした人気シリーズのサルベージ、悪く言えば他人のふんどしでとる相撲。そんな版権の移り変わりも、好きなタイトルの続編を遊ばせてもらえるファンにとってみれば、販売会社がどこになろうと神経質になる必要はない。

　ワークジャムが販売する『探偵神宮寺三郎 Innocent Black』は、

開発にデータイースト時代のスタッフの多くが携わっていることから、ファンも納得する神宮寺色にあふれていると言って良いだろう。スパイクの『ファイヤープロレスリング』シリーズにしても、2Dキャラクターによるシンプルな入力タイミングの勝負というこだわり方は、『ファイプロ』以外の何物でもない作品だ。これらは版権を譲り受けた会社が、もともとのシリーズの遺産に対して尊敬と愛情の念を持って作ったことが非常によく伝わってくる。シリーズの冠を付けるに相応しい、続編らしい続編だ。





右が『クロックタワー3』、下が『クロックタワーゴーストヘッド』

それまでのシリーズファンを切り捨てたとも言われる挑戦作は、今後のスタンダードとなりえるのだろうか

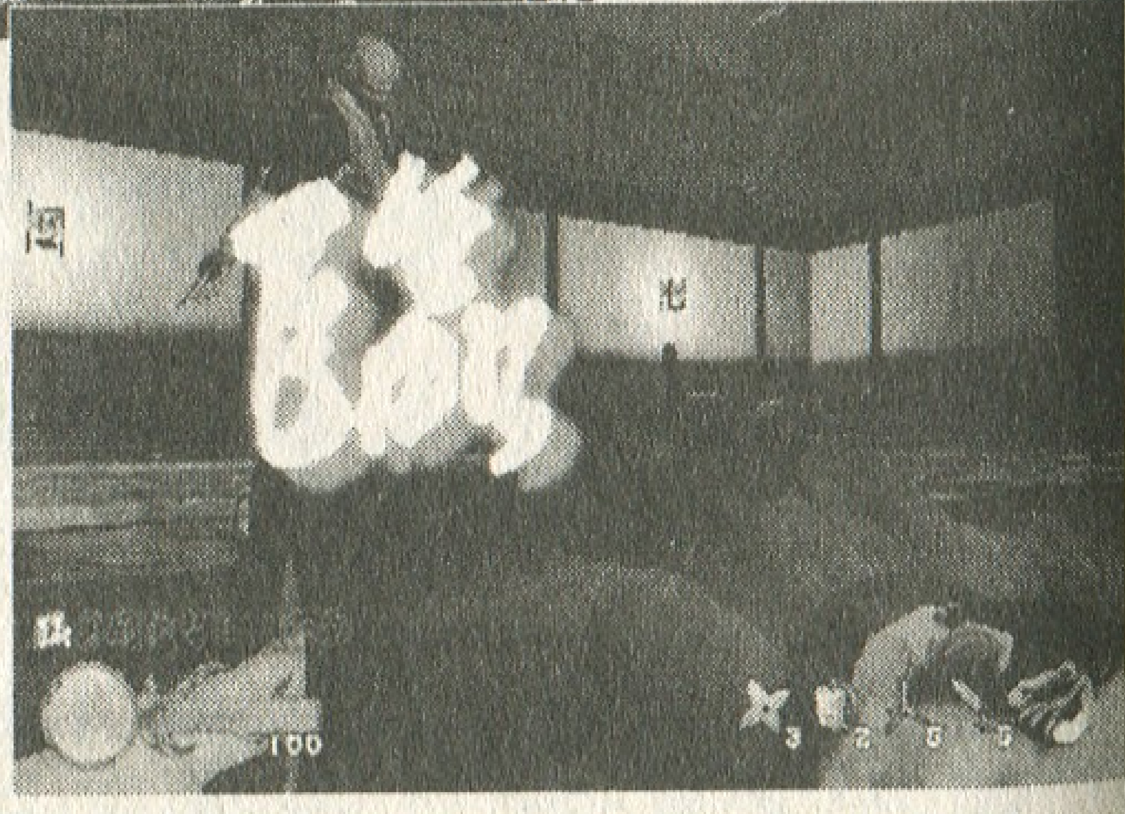
一方で、ヒューマンからカプコンに版権が移った『クロックタワー3』のように、〝ウチが作るとこうなります〟的主張が強いものもある。豪華絢爛なスタッフで押しまくった結果のクオリティ向上は確かにさすがだったが、システムや見た目の雰囲気も変わり、継承したのはシリーズの冠名だけという印象すら受けた。

誤解のないように付け加えておくと、ここではゲームそのものの面白さを問題にしているのではない。仮に、版権を保有し続ける会社が続編を作るときでも、それまでのイメージへの挑戦は常に対峙しなければならないテーマではある。さらなるファンを増やすため、既存の何かを壊して新鮮さを提供する。その決断は大胆かつ繊細でなければならないが、『3』はあまりに大胆で挑戦的だった。シリーズ作品のプレイ経験の有無にかかわらず、『クロックタワー』という冠名を購入原理にしたユーザーの中から、シリーズファンの一部を切り捨てた代わりに、新たな『3』ファンを生み出した。今後『4』や『5』が出るとすれば、『クロックタワー3』シリーズの続編と呼ばれるかもしれない。そうなればカプコンにとって、『3』の模様替えはしてやったりの結果だろう。

ビジネス・イズ・ビジネス

こうして見ると、ワークジャムやスパイクのシリーズを保守的継承、カプコンを革新的継承ととらえることができる。ちなみに、『天誅参』の日本語版はフロムソフトウェアが販売しているが、開発にはほぼノータッチで、交友関係にあるアクティビジョンの『TENCHU3』日本語版販売元という関係にすぎない。開発と販売が分かれている図式は国内でも珍しくなく、扱った商品が『天誅』だったので、図らずもシリーズの継承となってしまった。前3社のように、ゲーム内容うんぬんで位置付けする意味は薄いだろう。あえて言えばビジネス上の継承といったところか。





下が『天誅参』、左が『天誅』。ユーザーを蚊帳の外へおいやり、さまざまな問題もあったが、しっかりとシリーズを進化させた作品を送り込んできた

こう書くとフロムソフトウェアだけが商魂たけだけしく映るかもしれないが、初めに述べたように、版権あるいは販売権を持つのは商品として成立するという前提条件があるから。つまりは、いずれの会社も販売でのアドバンテージを得ようとしてのことだ。版権が移り変わったあとの味付けは、新たな会社の方針次第。仮に続編であって続編でない商品になったとしても、それもまたビジネス戦略の姿なのである。

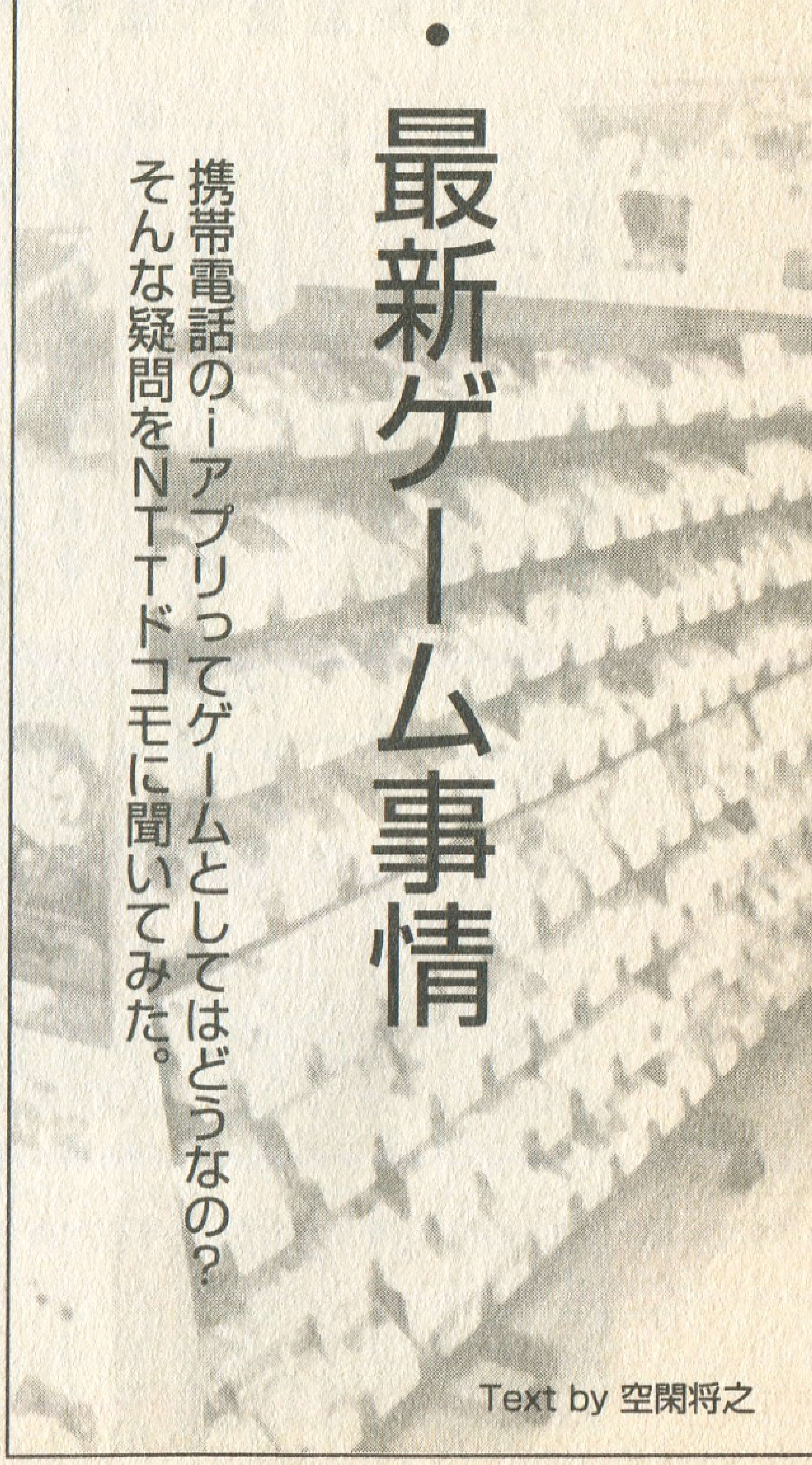
嫌いなメーカーとその理由
バンダイ■ワンダースワンカラーの液晶修理で、直ってない状態で帰ってきたので。もろいハードに怒！
（神奈川県　白鳥康仁）

NTTドコモに直撃!

携帯電話・iアプリ・最新ゲーム事情

携帯電話のiアプリってゲームとしてはどうなの?
そんな疑問をNTTドコモに聞いてみた。

Text by 空閑将之



最近、電車の中や喫茶店で、GBAより多く見掛ける携帯ゲーム機といえば携帯電話。麻雀ゲームに興じるサラリーマン、『テトリス』などパズル系ゲームをしているOLさん。外野から見ると「お手軽ゲーム?」といったイメージだが、実際に携帯電話のゲームはどこまで進化しているのか? そしてどこまで進化するのか?

携帯電話ゲームって 最近、進化したよね

「不景気といってもカメラ付き携帯など市場が求める商品は売れておる!」とは小泉首相のお言葉。私たち消費者は、カレーと牛丼を同時に食べたいし、面倒なシャンプーとリンスを一緒にしたい。つまり「ALL-IN-ONE思想」を持っている。テクノロジーの世界では、それは携帯電話ではないか、というのが大方の見解だろう。

最新の携帯電話505iあたりになると、指紋認証センサーやQRコードの読み取り内蔵といった機種まで登場し、すでにすごいことになっている。では、気になる「ゲーム機能」としてはどのくらいまで期待していいのだろうか?

というわけで、今回は通信業界の中枢「株式会社NTTドコモ」へ。話は、iモード事業本部・iモードビジネス部のコンテンツ担当部長の山口善輝氏に伺った。ご本人もゲーム好きとのことで、携帯電話ゲームの現状と未来を、楽しく、熱く語っていただいた。

—NTTドコモにおける携帯電話とは?

NTTドコモのiモード事業本部は3つの部署に分かれています。未来の戦略を担当している企画部、サーバーを管理しているプラットフォーム部、そして、それらを踏まえて現状をどうしていくかを考えていくのが、iモードビジネス部です。特にiモードのコンテンツ、iアプリ、FOMAのiモーション(動画)、さらにHTML(コンテンツ)の開拓をしています。

携帯電話の種類としては、未来携帯と呼ばれるFOMA、現状のハイエンド機が505iなどの50シリーズ、それ以外に205など普及機である2シリーズ、6シリーズはオールドエイジ向け、耐水機能、GPS端末が付属していたりと、限られた市場の機種です。

iアプリのゲームは主に505iシリーズを中心に動いています。昔のiアプリのコンテンツサイズは、「データ保存領域10K/プログラム保存領域10K」。503から504になったときには、CPUの進化とともに「30K/1

00K」となり、トータル130Kのiアプリが楽しめるようになりました。さらに505iになると、トータル230K「30K／200K」にまで格段にパフォーマンスが上がります。505iシリーズから、QVGA液晶（横240×縦320ドット以上の高精細液晶）が採用され、小さな文字までよく見えますし、待ち受け画面やゲームでも、より繊細で美しい画像が楽しめます。

加えて、携帯電話内の情報（住所録や発信履歴等）とアプリを連動できるようにもなりました。自分の彼氏を設定し、プログラムが着信履歴をみて「最近彼氏から電話ないけど？」とキャラが喋ったりというようなことが可能になったわけです。

―コンテンツやゲーム開発メーカーとの関わりは？

iアプリのゲームでいえば、コンテンツメーカーの持ち込みが多いです。「こういうのを携帯電話でやればおもしろい」という企画を拝見し、お互いに話し合ったうえで、iモードのメニューサイトの中に入れていきます。

携帯電話も新機能が追加していきますので、iアプリ開発の可能性が増えれば、一般の方よりもコンテンツプロバイダには早めにお知らせします。われわれからも「新しくこのような機能が付き、こういうことが考えられます。ぜひ何かやってみてください」と提案しています。開発用のiアプリの仕様は、できるだけ開示しようという方針です。マクロメディアさんの「FLASH」の仕様も開示しています。「FLASH」は20Kまでという条件がついているのですが、簡単なオミクジゲームなど、「FLASH」のほうがiアプリよりも簡単に作れる場合もあります。ほかにはゲーム紹介画面などの活用が考えられますね。実際、お付き合いのある提携のプロバイダは2000社を超え、三千数百のサイトがあります。ゲームメーカーも、ほとんどが入っていると言えます。

プロバイダは、課金ビジネスとしてお金を徴収でき、月々100〜300円の有料コンテンツで運営しています。すでに携帯電話のコンテンツ・ビジネスは、月間で100億円以上。ドコモだけで年間1200百億円以上の市場になっているわけですから、おもしろいコンテンツがあれば、ビジネスとしてもかなりのチャンスがあるわけです。

自然には空気があって、そこには木や水があって、生態系が繁栄していますよね。このコンテンツ・ビジネスもトータルで繁栄すると、「WIN-WIN（共生）」になります。そのために、過ごしやすい空気のある環境を作らなくてはいけないと考えています。

―ゲームとして、将来どのくらい進化すると考えていますか？

NTTドコモの携帯電話というバックボーンを持ち、その中のアプリケーションとしてゲームを含むiアプリがあります。どう発展しようと、携帯電話は携帯電話なんです。ノキアさんが携帯電話機能よりもゲームに重点を置いたゲーム対応の携帯電話「N-Gage」を発売しましたが、マーケットの観点から見るとどうでしょうか。

NTTドコモの市場分析では、ユーザーがモノを買いに行く動機を考えます。ユーザーは携帯電話を買いに行くついでに、iアプリで何ができるのかを聞きますよね。また、思い切りゲームをしたい人はゲーム専用機を買いに行き、さらにネットワーク機能が付いているのかと利点を考えるわけです。

だからこそ、プラスアルファであるiアプリを大事に考えています。現在のiアプリのゲームはおもしろいコンテンツですし、伸びていくでしょう。そして、ゲームとしても、携帯電話には通信から誕生した強みがあります。たとえばGBAのSTGで、「お前何点取った？」と友人同士で見せ合うとします。これが携帯電話では、通信により全国のランキングが出ます。いつでもネットワークにつながることが、最大の強みです。

―ゲームとしてのクオリティはどのクラス？

ゲーム専用機との比較ですか？比較は難しいですね。ここで断言してしまうと問題も出てきますし（笑）。もちろん、ハードの性能面

嫌いなメーカーとその理由　フロム・ソフトウェア■この会社は確実に消費者をナメている。バグを放置しないで下さい。お願いします（京都府　SP-K-TAM）

ではPS2に追いつけません。ただし作り方にもよるとは言えます。
　実例ですと、いま『パイロットになろう』というiアプリのゲームがあるんですが、PS2にも同名タイトルがあります。また、『モモのポストペット』は、少し省かれているとはいえ、ほぼバージョン3と同レベルの性能です。
　これらは、メーカー側の仕様によっても変化しますので、一概に断言はできません。しかし、ゲームとしては充分に成立しているといえるでしょう。
　これは仮定ですけれど、3Dポリゴンをバリバリ使っている『FF』シリーズも、2Dでモディファイ（変更）したカタチなら、やろうと思えばできます。が、そこまでやるかどうかは別問題です。iアプリの良さをゲームに生かさずに、単に簡略したゲームを市場に出しても、ユーザーに受け入れられるかは、疑問ですからね。

—iアプリ利用者の実情は？

現在、iモードは3800万台が出ているのですが、その内45％の1700万超がiアプリ対応の携帯電話を持っています。ゲームをしているかというのは、未調査で把握はできていませんが。
　iアプリはゲームだけでなく、イントラネットとしてスケジュールや事務機能も管理できますし、数十秒置きに更新して株価のチャートを描くアプリもあります。また、大きな画面を見るとパケット代がかさむのも、ビューワー機能を使い、ショッピングサイトで小さな画面を見せるアプリ。着メロの試し聴きができるアプリ。さらに赤外線機能を生かして、携帯電話をTVリモコンとして使えるようになるアプリでは、ネットワークで今日のTV欄を検索して予約までできます。
　それらの中のiアプリゲームなのですが、お客様の反応も良いですし、将来的にも有望視しているコンテンツのひとつということは断言いたします。
　iアプリゲームは、さまざまな点で二極化しているのも特徴のひとつです。つまり、月ごとに更新して、いろいろ遊べるライトなミニゲームの有料コンテンツがはやっている一方で、『ドラクエモンスター』のようなRPGといった、やり込めるゲームにも人気が集まっています。また、市場を見ますと、無料コンテンツの使用にとどまる方と、積極的に有料コンテンツを楽しまれる方で二極化しているようです。利用される有料コンテンツ数は、平均でひとりあたり1・4くらいではないでしょうか。

—iアプリの進化とパケット料金を考察すると？

　携帯電話のゲームとしてのアドバンテージも、「ネットワーク（通信）」のひと言に尽きます。スタンダードなゲーム専用機もネットワークを始めていますが、われわれはネットワーク側からゲームにアプローチしているのです。そもそも「10K／10K」という非常に小さなコンテンツからスタートしましたから、ネットを有効利用しなければ作れないという事情もありました。サーバーとの連動、ネットワークとの連動と、地道に続けていくうちに、「小さいゲームだけどおもしろいもの」ができてきました。
　普通にパッケージで購入したゲームだと、たとえばRPGはクリアすればおしまいですが、iアプリならワンステージクリア後に、ダウンロードでのデータの入れ替えにより、次の章が楽しめます。理論上は永遠にプレイできます。もちろんストーリーに飽きがこなければですけどね（笑）。
　実際に、ずっとお気に入りのゲームに燃え続ける方もいらっしゃいます。そんな方からは「機種を



株式会社NTTドコモ
iモード事業本部iモードビジネス部
コンテンツ担当部長　山口善輝氏

変えてもゲームのデータを引き継げるようにしてほしい」という声を聞きます。これは噂ですが、コアな方は、月に5万円とか6万円とか使われると聞きます。そのような場合は、FOMAに移行したほうがお得です。

50シリーズのパケット料金0・3円と比較して、FOMAは0・02円。数字的に10分の1以下です。ただ、FOMAは対応し切れていないiアプリゲームがあるので、「バリバリにやりたいならFOMA!」とは言えず、「FOMAにお目当てのゲームがあれば」という前提付きですけどね。

現在、iモード契約数は1700万人で、FOMAはまだ40万〜50万人ですから、ゲームの数や充足度は違います。しかし、NTTドコモも次世代携帯であるFOMAに力を入れていく予定ですので、今後のFOMAはiアプリゲームの面でも、発展すると思います。

—同じ市場にライバルはいますか?

GBAはわからないですけど、PS2などの家庭用ゲーム機の市場は侵さないと考えています。それには本筋のゲームメーカーが多く提携企業としてかかわっていることもあります。たとえばセガの『バーチャファイター(VF.NET)』では、iアプリでアイテムを取得したり、技を磨いて育成し、そのデータをACに落とし込むことで、より深くゲームを楽しめます。

iアプリはACの大画面の迫力にはかなわないですが、このように連動することによって、シナジー効果としてのおもしろさを引き出すことができるのです。新たな価値を生むコラボレーションの可能性は、今後も充分にあり得ます。

オンラインで見ても、iアプリのオンラインゲームの中には、すでにチャットっぽいことができるゲームがあります。RPGでは「あそこにいくと剣のオプションがもらえるよ」などといった情報交換ができるようになっています。

ですが、PCのチャットよりは、書き込みが制限されるという点もあります。CESA(社団法人コンピュータエンターテインメント協会)指定のバッドワードが打ち込めないとか、文字数の制限、半角英数字は入れられないようにしています。というのも「出会い系になられても困る」ということが前提としてあります。

iアプリの仕事をしているわれわれもゲームが大好きなので、メーカーと一緒に、新旧かかわらず、おもしろいゲームをやりたいですね。それに、通信というメディアの特徴を生かせたら一番です。これから、ACやPS2との連動がもっと充実していけばさらにおもしろい世界が広がっていくと考えています。

NTTドコモ取材後記

結論を先に述べれば「505iは出発点」だという感想だ。初期FCのゲームなら、おもしろさの再現は充分にできる。RPGは操作性に慣れるまで時間がかかったが、数字入力に慣れてからは、かなりスムーズだった。高精細であれば、小さい画面というのは必ずしもマイナスにはならない。逆に集中してのめり込むこともできる。

麻雀ゲームで比較してみよう。『麻雀伝説哲也』は、麻雀ゲームとしてはかなりおもしろい部類に入ることは保証付きだ。一日の制限があったのが煩わしいが、体力が復活する次の日が楽しみにもなる。通信不要で手軽に四人麻雀を楽しみたい方には『i近代麻雀』も良い。

女性には505iの性能を生かし『遊んで・いぬとも』。ハマリ系RPG派には『ウルティマオンライン』をお薦めしておこう。

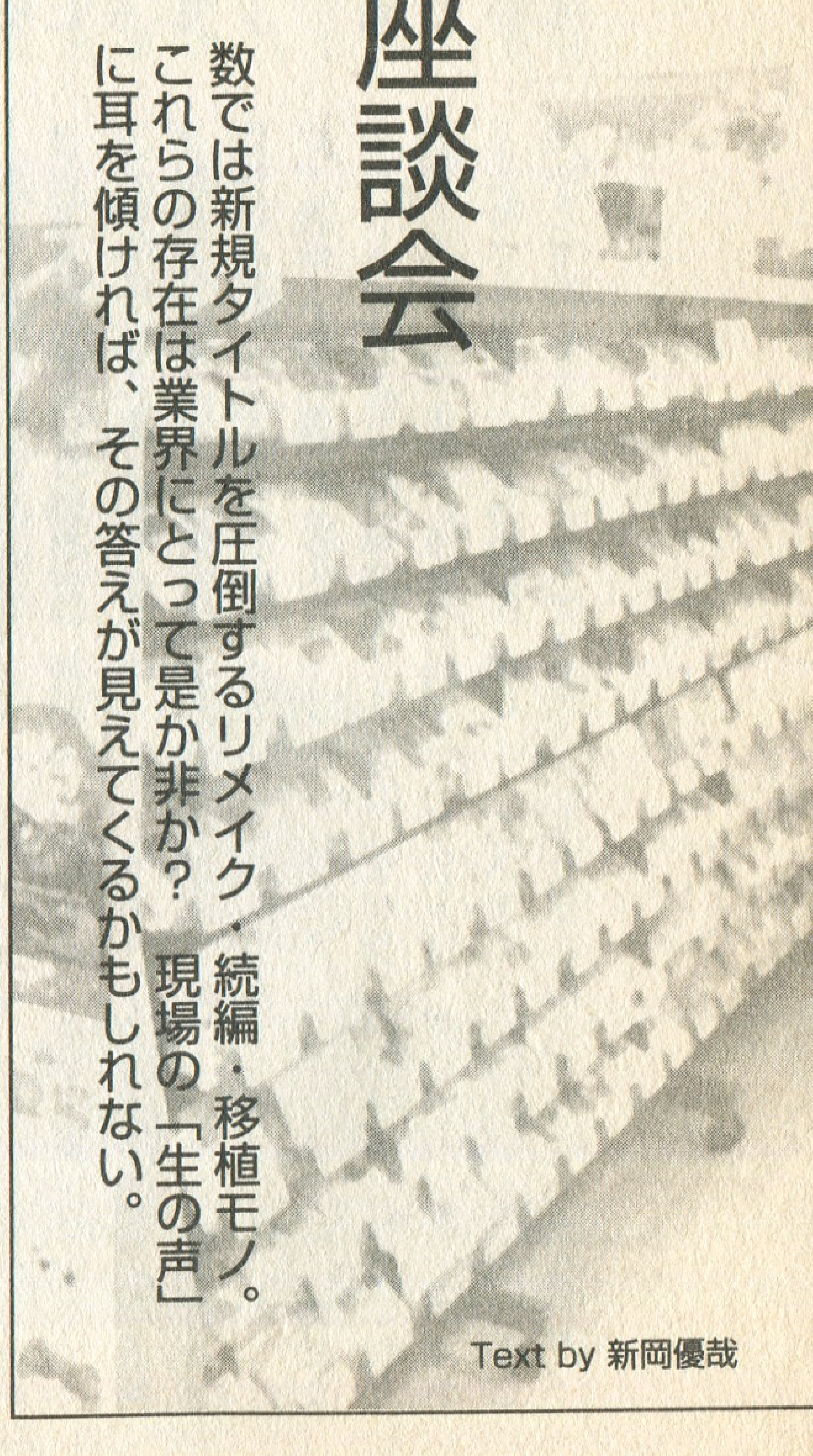
個人的見解だが、「N-Gage」でGBAに挑戦する、やんちゃなノキアの姿勢が嫌いではない。しかし、今回の取材を通して、NTTドコモの携帯電話としての本分に徹した戦略、そして2000社を超えるコンテンツメーカーや、ACやPS2などのハードとの共同体制に「大人だな」と安心感を感じるのも確かである。

携帯電話ゲーム市場は、まだまだ黎明期である。iアプリに関して言えば、巨大なNTTドコモが生み育てている「将来有望な子ども」であることも確かなようだ。

嫌いなメーカーとその理由
プレイモア■何がしたいのか、良く分からない(神奈川県 丸井スミス)

現場の人間にもひとこと言わせろ!

クリエイター極秘座談会



数では新規タイトルを圧倒するリメイク・続編・移植モノ。これらの存在は業界にとって是か非か？ 現場の「生の声」に耳を傾ければ、その答えが見えてくるかもしれない。

Text by 新岡優哉

リメイク・続編・移植の定義はややこしくなりそうなのでひとまず置いておいて、ここではそれら「新規でないタイトル」が作り手側にとっていかなる存在であるのか、またなぜこれらの制作ばかりが重要視されているのか、に注目してみたいと考えている。

座談会に参加していただいたのは、それぞれ企画、プログラム、グラフィックデザインでコンシューマのソフト制作に携わるA・B・C・Dの四氏。これまでに多くのタイトルを手掛けてきた現役クリエイターの四氏が考えている、リメイクや続編・移植作に対する忌憚のない意見や、制作現場で感じたことや裏話を語っていただいた。

リメイク・続編・移植がこんなに多い理由

—まず最初の疑問なのですが、リメイクや続編・移植タイトルがこんなにも多くリリースされるのはなぜなのでしょうか？

A：ほとんどは会社の都合によるものでしょう。年に何本リリースしなきゃいけない、これだけ売らなきゃいけないというノルマがあるから、数合わせのためだけに出すという。

C：そうそう。決算期が迫っている場合なんかは特に、時間もお金もかけられないから、新規よりも短期間で安いリメイクや移植モノでタイトル数を稼ぐことが多くなる。

D：爆発的に売れることはまずないんだけど、過去の実績があるから大きく外すということもない。リスクを負わずにある程度の本数を見込めるのだから、リメイクや移植作が多くなるのは当然なんですよね。

—とすると、メーカーは仕方なしに出している？

C：全部が全部そうだとは言いませんよ、もちろん。ただ、どこのメーカーも、新規で勝負できるならしたいと考えているはずですよ。

D：そうですね。新規で当てることが市場の開拓になるし、新しいユーザーも獲得できる。そして何より、作った人間たちの励みになりますよね。でも、それを実践できるだけの体力があるメーカーが今極端に少ないんですよ。

B：大手メーカーと言われるような会社でも、新規タイトルを連発できるほど余裕のあるところは少ないですからね。

D：ちょっと前のカプコンがいい例で、『鬼武者』だ、『ディノクライシス』だ、『デビル メイ クライ』だ、と続けざまに立ち上げましたが、あれはどれも『バイオハザード』のリメイクでしょう。結

嫌いなメーカーとその理由
セガ、プレイモア■「K.O.F.」や「PSO」をプレイして思ったが、ゲームに漂う雰囲気になじめない
（神奈川県　ミルクティ）

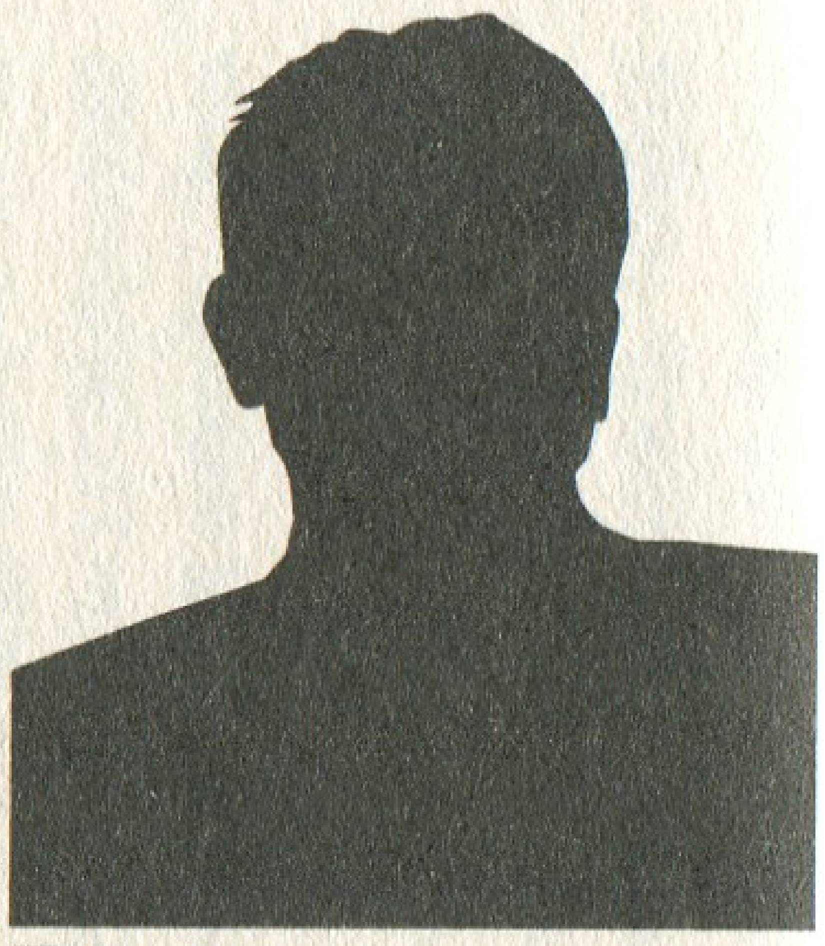
局は。見た目や設定に手を加えただけで、操作系統など大きなシステムは使い回しでほとんど同じ。正直「こんなもの出していいの?」って思いましたね。

C：制作しているスタッフも同じこと思っていただろうな(笑)。あれは会社の事情の最たる例で、『バイオハザード』が予想以上にヒットしちゃったから、これは利用し尽くさねばなるまい、と。でも、ただ続編を作るのでは気がとがめるので、次は武士だ、今度は恐竜だ、となっただけだと思います。

B：『バイオハザード』の続編もだいぶ出てますけどね(笑)。

C：最近のバンダイもそうですよ。『(機動戦士ガンダム)連邦vsジオン』のエンジンを使い回しているのが多くて、操作感が同じ。

A：オリジナルタイトルを作りましょうとなった場合でも、それ1本きりで終わらせるつもりは最初からないんですよ。続編だとかリメイクといった展開も同時に考えられていて、その枝葉も含めた全体で元を取ろうという狙いがある。だからこんなにもリメイクや続編タイトルがあふれるんでしょうね。



Aさん
業界歴：8年
主な担当：企画

D：それ自体はまったく悪いことではないんだけど、程度の問題で、大した工夫もせず会社の都合だけで似たようなタイトルをポンポン出すところが多すぎる。今はただでさえ供給過多なんだから、そんなやり方がずっと通用するはずがないし、案の定ユーザーからも見放され始めていますよね。

クリエイターを苦しめる独特の作業条件

—実際にゲーム制作にかかわる皆さんにとって、リメイクや移植タイトルとはどのようなものなのでしょうか?

D：やりたくない仕事ですよ。

—それはなぜでしょう?

D：だって、おもしろくないじゃないですか(笑)。

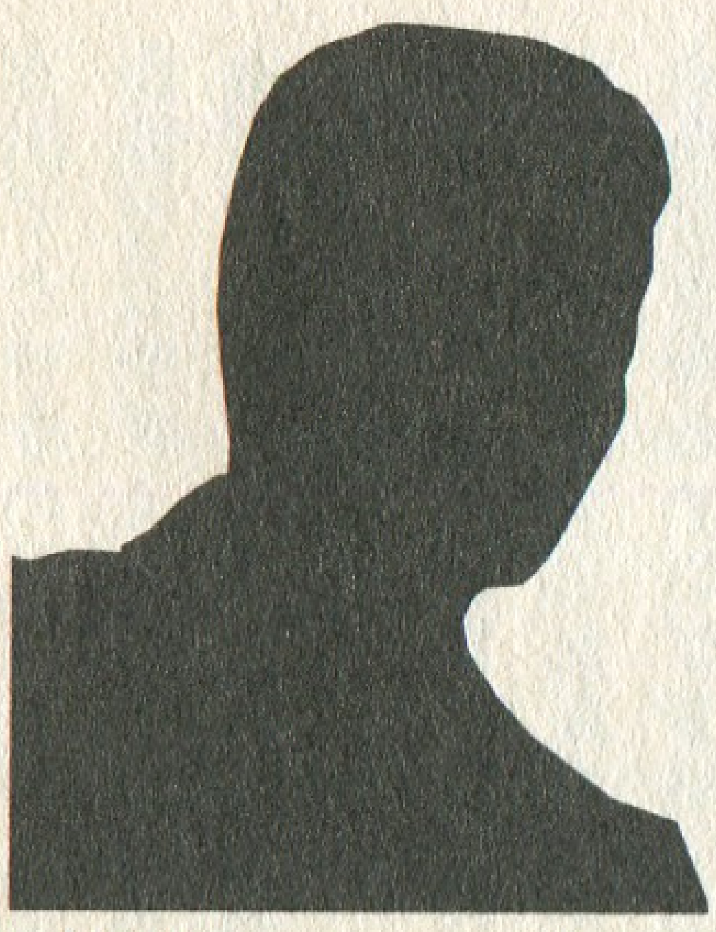
B：クリエイティビティは皆無で、頭を働かせることなく、すでにあるものをひたすらリサイズする単純作業。人間コンバーターみたいなもんですからね。みんな嫌いますよ。

C：でも細かいところ突っ込まれるからなあ。「移植度が低い」とか。

—ではリメイク・移植の作業において、もっとも重視されることは?

A：一番は期間でしょう。さっき言ったように、メーカーにとっては短期間で仕上げられるからこそ作る意味があるわけで、納期は相当タイトですよ。

C：「1ヵ月で作れ」って言われたこともあります。SNKの某格闘ゲームの移植で(笑)。



Bさん
業界歴：8年
主な担当：企画

A：それはひどい(笑)。

C：いくら新規タイトルよりかかる手間が少ないといっても、ゲームソフトを1本作るわけですからね。1ヵ月は無茶すぎる。

D：ちなみにスタッフの人数はどれくらいで?

C：かなり多かったですよ。10人以上いたんじゃないかな。1ヵ月で完成するなら何人使ってもいいという感じでした。

D：それはすごい。グラフィッカーはいつも2～3人使えればいいほうで、下手すりゃひとりですよ。

B：元の作品のデータがちゃんともらえれば、少人数でもなんとかなるんだけどね。もらえないと大変なことになる。

C：それは大きいよね。モノによっては全然もらえないこともある。

D：ただ、ソースだけあってもどうにもならなくて、たとえば開発者とコンタクトが取れなかったりするとキツい。

C：知り合いに『ナイトストライカー』(タイトー)の移植を手伝った人間がいるんですが、そのと

嫌いなメーカーとその理由：コナミ■権利権利って少々うるさい? ゲーム屋じゃないみたいです(愛知県 紫紺の星条旗)

きはまったく資料がもらえなくて、プレイを録画したビデオを観ながら再現したらしいですよ（笑）。

—そのほか、リメイク・移植ならではの苦労話はありますか？

A：異なるプラットフォーム間の移植になると、ハード同士の相性とかクセも問題になる。たとえば、PSからN64に3Dのデータを移すなら、コンバータを使ってやり取りできるんだけど、これがSFCからGBなんかになると全部作り直し。

D：それも大変そうだなあ。

リメイクの＋αは必要？ 不要？

—SFC版『ドラクエIII』（エニックス）や、GBAの『スーパーマリオアドバンス』シリーズ（任天堂）を例に挙げるまでもなく、リメイク・移植タイトルには、必ずといっていいほどオリジナルにない新要素が追加されます。これは「入れて当然」のものなのでしょうか？

A：販売元のメーカーからリメイク・移植モノの制作を任される場合、確かに「プラスアルファを付けてください」と注文を付けられることは多いですね。任天堂なんかは必ず要求するらしいです。

D：具体的に「こういったものを」と指示されることもあるけど、「何か入れてください」と丸投げされることがほとんどだから厄介なんですよ。どんな遊びを加えるのか、そのアイディアを固めるのに毎回時間がかかる。

—メーカー側はオマケ要素を不可欠なものだととらえている、と。皆さんはどうでしょう。リメイクや移植タイトルにプラスアルファを求めますか？

D：オマケはあったほうがうれしいですよね、ユーザーとしては。

C：私は不要派。余計なプラスアルファや中途半端なアレンジで雰囲気を台なしにされるくらいだったら、何も手を加えず昔のまま出してほしい。これはおそらくマニアの考えだと思うけど。

A：その意見も充分理解できるんだけど、作り手側にとってはやはり、十何年も前のゲームをそのまま出すというのは抵抗がある。操作性だとかゲームバランスだとかは、今のユーザー向けに調整しなきゃと考えてしまう。

D：その折衷案として誕生したのが、リメイクタイトルでよくあるオリジナルとアレンジバージョンの両方を収録したもの。これが一番賢い方法なのかもしれない。

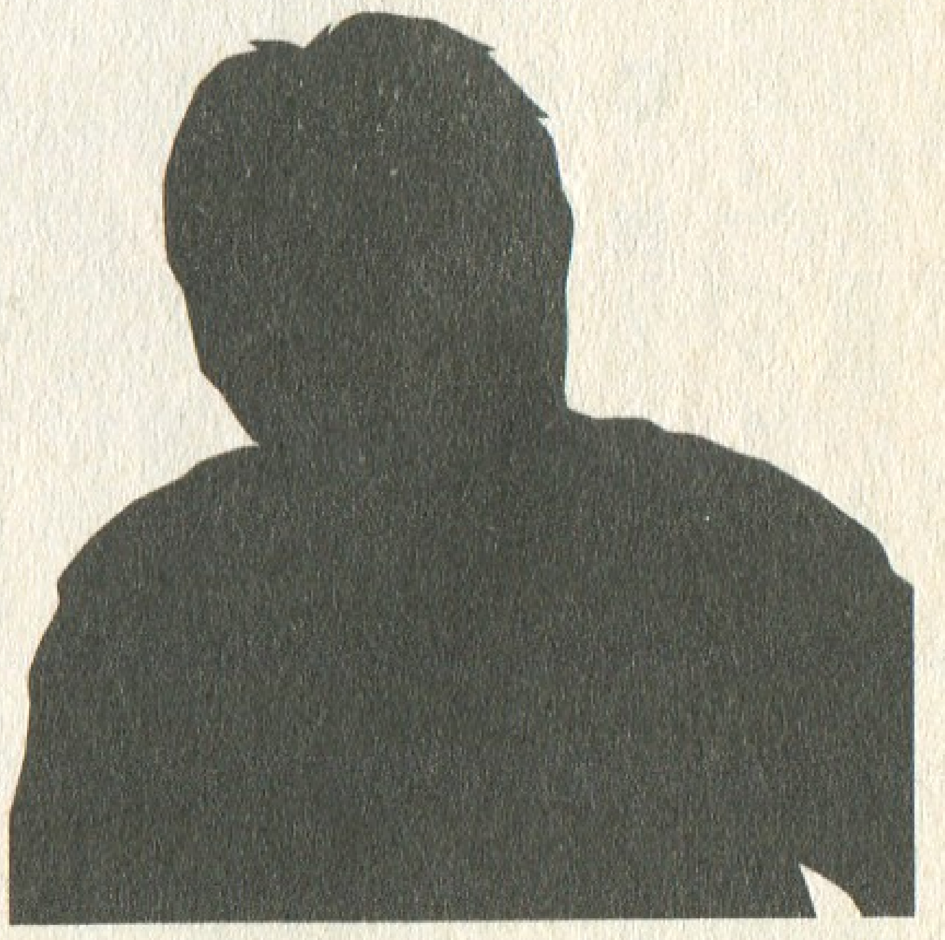
C：無難だよね。少なくとも『ロードランナー』を3D化するような発想よりは数段マシ（笑）。

—プラスアルファの要素以外に、メーカーから要求されるようなことはありますか？

B：大きなものでいえば、操作感の調整くらいですね。やはり昔と今とではハードが異なるので、現行ハードのコントローラで操作しやすいようにする必要があります。

A：そうですね。基本的にオリジナルを忠実に再現できていて、期間内に上げることさえできれば文句を言われることはありません。

D：やはり最重要視されるのは期日。オマケに関しても、期間内にできることだけやってくれ、っていうのが本音だろうし。



Cさん
業界歴：8年
主な担当：プログラム

いいリメイク 悪いリメイク

—みなさんが考える「理想のリメイク・移植タイトル」はどういったものになるのでしょうか？

B：理想かどうかはわからないけど、最近だと『MOTHER1＋2』がリメイクの成功例ですね。今までFCやSFCを引っ張り出さないと遊べなかったタイトルをよみがえらせて、しかも2本をひとつにまとめて、それをどこでもプレイできるGBAで出した。カンペキですよ。

D：リリースしたタイミングもバッチリで、発売当時オリジナルを遊んだ大人にとっては懐かしめるし、GBAで初めて触れる中高生

嫌いなメーカーとその理由　どこことは言いません■テレビゲームを食いつぶしているメーカー（東京都　萩本安則）

にはリメイクであることなんか関係ないからすごく新鮮味がある。これはたまたまそうなったのかもしれないけれど、うまいなあと思います。すごく計算高いリメイク作という気がしますね。

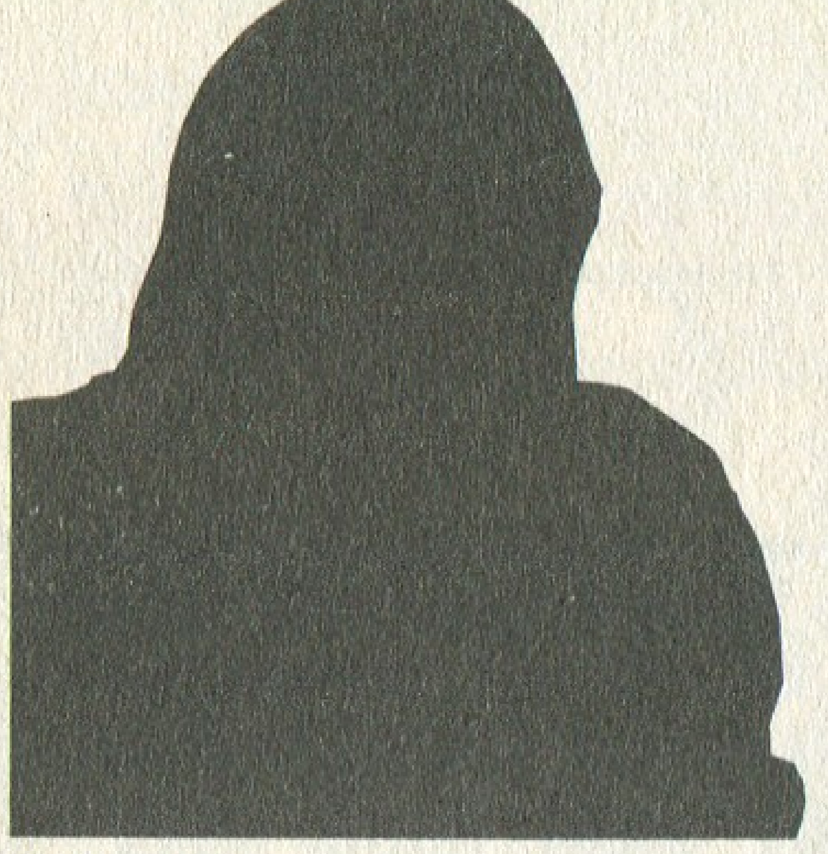
—反対に「これはやっちゃいかんだろ」と思ったタイトルは？

D：オリジナルと言いつつ、中身が全然違うものです。

B：オリジナルのおもしろさが失われたものです。

C：GBでリリースされた『ストリートファイターII』関連のソフトはほとんどがその条件に当てはまりますね。ボタン配置がわかりにくいし、操作しづらいし、移植した意味が本当に理解できなかった。

D：そういえばコナミの『ビートマニア』や『ダンス・ダンス・レボリューション』なんかもGBに移植していましたね。あれも意味わかんなかったなあ。



Dさん
業界歴：10年
主な担当：グラフィックデザイン

—それでは「今これをリメイクしたらおもしろいのに」と思うタイトルはありますか？

C：『たけしの挑戦状』（FC／タイトー）はどうですか？

一同：（爆笑）

B：目の付けどころは悪くないけど、あのゲームをおもしろくするのは難しそうだなあ（笑）。

C：うーん……。

A：意外とないもんだね。

D：この手の議論はもう何度も行われていて、ネタが出尽くしちゃっているというのが正直なところです。

—そこでのアイディアをメーカー側に持ってはいきませんか？

A：それはないです。リメイクや移植に関しては、メーカーから依頼されてというのが専らです。

D：新規タイトルの企画を持っていくことはあっても、部外者であるわれわれが移植・リメイクの進言をすることはないですね。

—メーカーはリメイク・移植するタイトルをどのようにして決めるのでしょうか？

D：市場調査をして、ある程度の売上げが見込めるタイトルが選ばれるんだと思いますよ。

A：それと、メーカーの担当や開発からの「作りたい！」という熱い思いで生まれるものもあります。

C：『R-TYPE』シリーズなんかはそれで成立してますからね。

D：STGブームで一発当てた社長が、その夢を忘れられずに「もういっちょ！」みたいなパターンもあります。現場のスタッフは「もう無理だろ〜」と思ってるのに（笑）。

資産を有効利用するために必要なこと

—最後の質問に「リメイクや続編・移植タイトルは、ゲーム業界にとってプラスだと思いますか？ マイナスだと思いますか？」というのを用意していたのですが……。

A：それは一概には言えないなあ。

D：ですね。さっき話に出た『MOTHER1+2』のように、ファンに待ち焦がれていてようやく発売されました、というタイトルもあれば、一方で「一体誰のニーズに応えてこれをリメイクしたんだよ」的タイトルも存在しますから。

C：個人的に3DAGESの『SEGAAGES2500』シリーズは後者のいいサンプルになる気がするんだけど。

D：ああ。確かに「誰がやるの」というタイトルが多い（笑）。

B：リメイクで重要な市場調査がなされていないから、ああいうセガマニアしか興味を示さないラインナップになる。マニアを相手に商売してもしょうがないのに。

—リメイクや続編モノばかりだとユーザーが育たないという指摘はどう受け止めますか？

A：それはその通りでしょう。結局、似たようなものばかりやりたがる人が増えてしまうわけで、そうなったら業界の発展なんか望むべくもありません。

D：だからリメイクや移植モノは悪だ、というわけじゃないですけどね。ただ、懐古趣味的に昔の資産を取り出すだけでなく、温故知新で新しいものを見いだせるような再利用法を考えていかなければならないだろう、ということです。

嫌いなメーカーとその理由
NECインターチャネル■作品は無罪。『セングラ』のグッズ戦略、『インタールード』のレアジャケットなどファンサービスを勘違いしている（三重県　ぷーすけ・ぷー）

第4特集総論

現世利益のみを追求していては破滅への道をたどるだけだ!

ノルマを達成するため。新規で売れないため。
会社としての都合や、売れないということは言い訳としては理解できる。
だが、それを行うたびに袋小路へと追い込まれていることを忘れようとしてはならない。

GAME

今のゲーム業界を支えているのはユーザーの福祉活動ゆえか!?

続編ブームにならないように、でも新規は売れないから、リメイクや移植を制作して採算を取る。今回の特集を行って、抱いたイメージはこれだった。だが、よく考えてみれば、そうしたことにより挑戦的なタイトルが増えたわけではない。むしろ、続編も売れなくなってきたから、リメイクや移植を行っているというのが正しいだろう。それでは状況は変わらない。同じようにリメイクや移植が売れなくなってきた時に、もう打つ手がなくなるだけだ。いっそのこと、CESAがリメイク、続編、移植をすべて禁じてしまうのはどうだろうか? そうすれば、出てくるのは新規だけで、普通に売れる状況になるかもしれない。結局は、アイディアが出ないという根本的な問題を、制作者がほかに転嫁しているだけにすぎないのではないだろうか。

こういう厳しいことを書くと、決まって言われるのが、「福祉活動じゃないので、会社の事情がある」という発言だ。座談会を行った際にも、聞いた言葉である。確かに会社に勤めている以上、誰のためでもない、自分たちの生活向上のために、仕事を行うものだ。それがやりがいのあるものか、そうではないかの違いだけであり、あらかじめ失敗の決まっていることを行おうなんていう酔狂な人間もいないだろう。

だが、この発言に対して感じるのは、ユーザーが福祉活動をしてくれるから、今は成り立っているんじゃないの? というものだった。リメイクや移植を購入してくれるのは、結局コレクターズアイテム的な意味合いが強い。ほとんど変わっていないのだから、それはそうだろう。続編にしても、キャラクター原案者が好きだとか、冠名が付いていれば安心できる、というだけだ。これを購入してくれることを、福祉活動と言わずに何と言えばいいのだろうか。

と、続編、移植、リメイクに対して、厳しい見方をすれば、以上のようなことはすぐにでも出てくる。音楽で言えば、同じアーティストが歌っていれば続編だろうし、カバーされた曲であれば、リメイクになる。だが、音楽はこの部分に対してとやかく言われることはない。

こう考えるとゲームに求められるハードルは高いのだろう。それは5800、6800円という値段によるものだ、と考えられる。「高い金払ってるんだから、それに応じたものを用意しろよ」という理屈は、メーカーが「福祉活動じゃないので、会社の都合がある」と言うのと同じだ。そして消費者が強いというのは、この世の理だろう。前号のバグ特集の時にも触れていたことと思うが、ゲームのユーザーは温厚な方が非常に多い。そのおかげで、そしてそれがいつまでも続かないということを、メーカーは再度考えていかなければいけない。

(編集部)

宿題やったら夏祭りだ！

ユーゲー夏祭り

2003.8.31

開催日時 2003年8月31日（日）
AM10:00～PM5:00

開催場所 秋葉原 アソビットシティ8番街（8階）
イベントホール

入場料無料！
ご来場の方にもれなく『当日限定ユーゲー』を差し上げます。

会場までのアクセス

JR秋葉原駅から徒歩5分・中央通りを上野方面に向って歩くと、通り沿いにあります（イベント会場は8階です）。



『ユーゲー』といえば「パネポン」！
当日は大会もあるのでチャレンジ！

当日はステージでのイベントをはじめ、関連書籍の販売など、
皆様に楽しんでいただける内容でお待ちしております。
『ユーゲー』読者にとって、忘れられない一日になるかも?!

プレミア＆レアゲームプレイコーナー

入手しにくいあんなゲームこんなゲームが自由にプレイできます。

『ユーゲー』トークショー

ユーゲーならではのゲストを招いてのトークショー。

『ユーゲー』ゲーム大会

『パネルでポン』などの他、このイベントならではのゲーム大会。

『ユーゲー』関連書籍販売

もちろん関連書籍の販売もございます。
当日蔵出しの本もあるかも？

ご注意◆イベントは変更になる場合もございます。

最新情報は弊社ホームページでも確認できます。

キルタイムコミュニケーションHP http://www.microgroup.co.jp/ktc/index.htm

追跡リポート！

E3 2002隠れた逸品ファイルのあのゲームはどうなった!?

『The Getaway』のスクリプトライターKatie氏がブリティッシュゲームの醍醐味を徹底的に披露した！

Text by DRAGONWAR 1

昨年のE3遅報（「ゲーム批評Vol.46」にて掲載）において、読者への大反響があった『The Getaway』。実は欧米ではすでに発売され、かなりの話題作になっていた！

今回は同ゲームのスクリプトライターが開発秘話を惜しみなくゲー批読者だけにご報告！

『The Getaway』の成功とゲームに託したテーマとは

DRAGONWAR1（以下D）：まず、アメリカ、ヨーロッパにおいての成功、おめでとうございます！　チームSOHO（※1）のメンバーとして、『The Getaway（以下、『Getaway』）』の成功をどう思いますか？

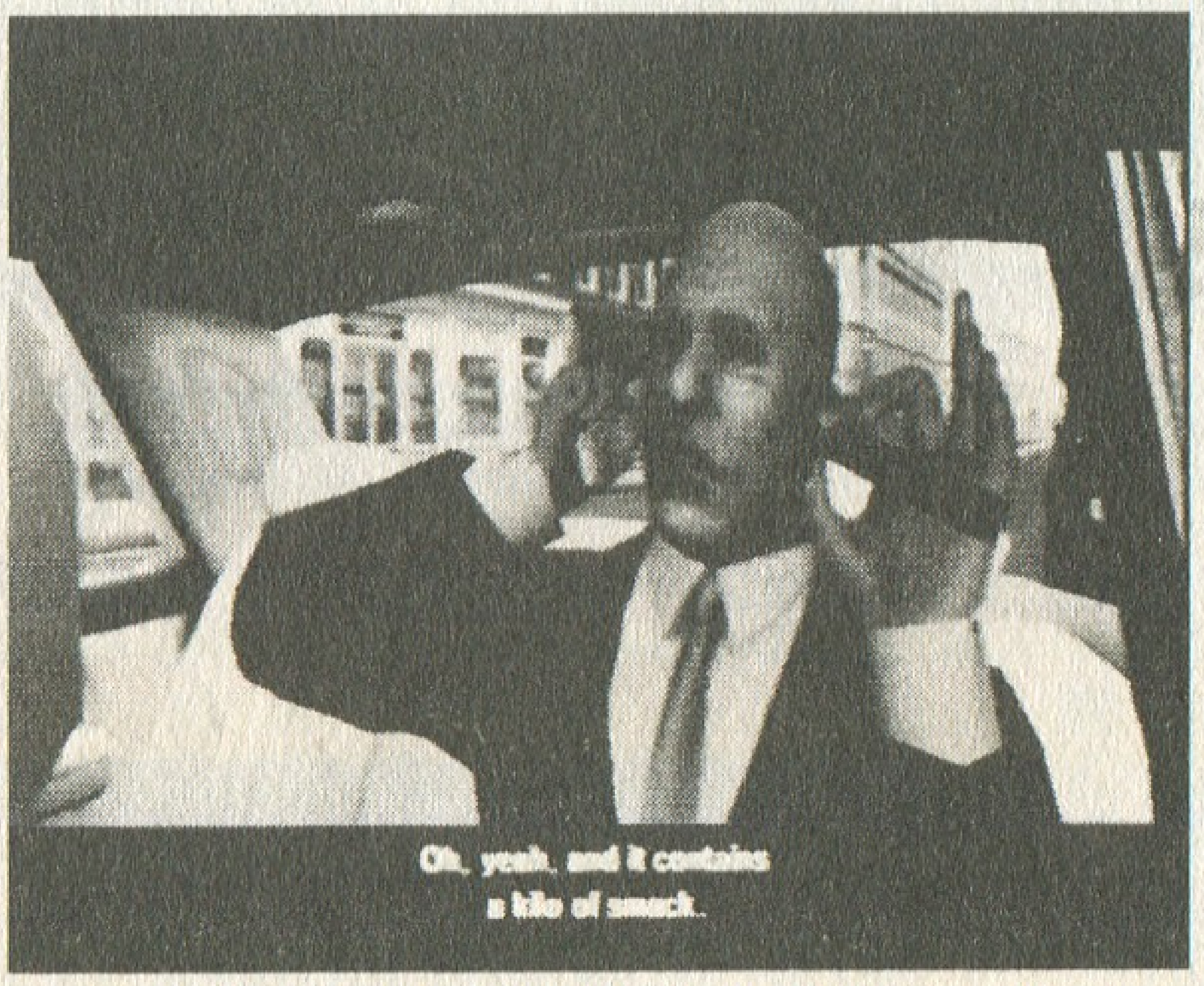
Katie氏（以下K）：私たちみんな、すごくエキサイトしているわ！　いつも、売上げチャートのどこに『Getaway』が載っているか把握してから、チャットルームに行くわ。あそこなら一番正直に、ユーザーが自分たちに対してゲームの感想をさらけ出してくれるの。実際にゲームをしているユーザーの声は、雑誌なんかのレビューを読むよりはずっと興味深いし、参考にもなるわね。

D：『Getaway』とほかのゲームとの違いは非常に複雑なストーリーだと思うのですが、スクリプト（※2）を書くのにどのくらいかかったのですか？

K：スクリプトそのものを書き上げるのは、2、3ヵ月しかかからなかったの。でも、レベルデザイナーのチュン・ワ（ChunWahKong）とコンセプトをしっかり作り上げるのに、同じくらいかかったのよ。レベルデザインとストーリーテリングがしっかりとマッチするようになったところで、やっとスクリプトの執筆ができたの。

D：ゲームに託したテーマはどんなものですか？

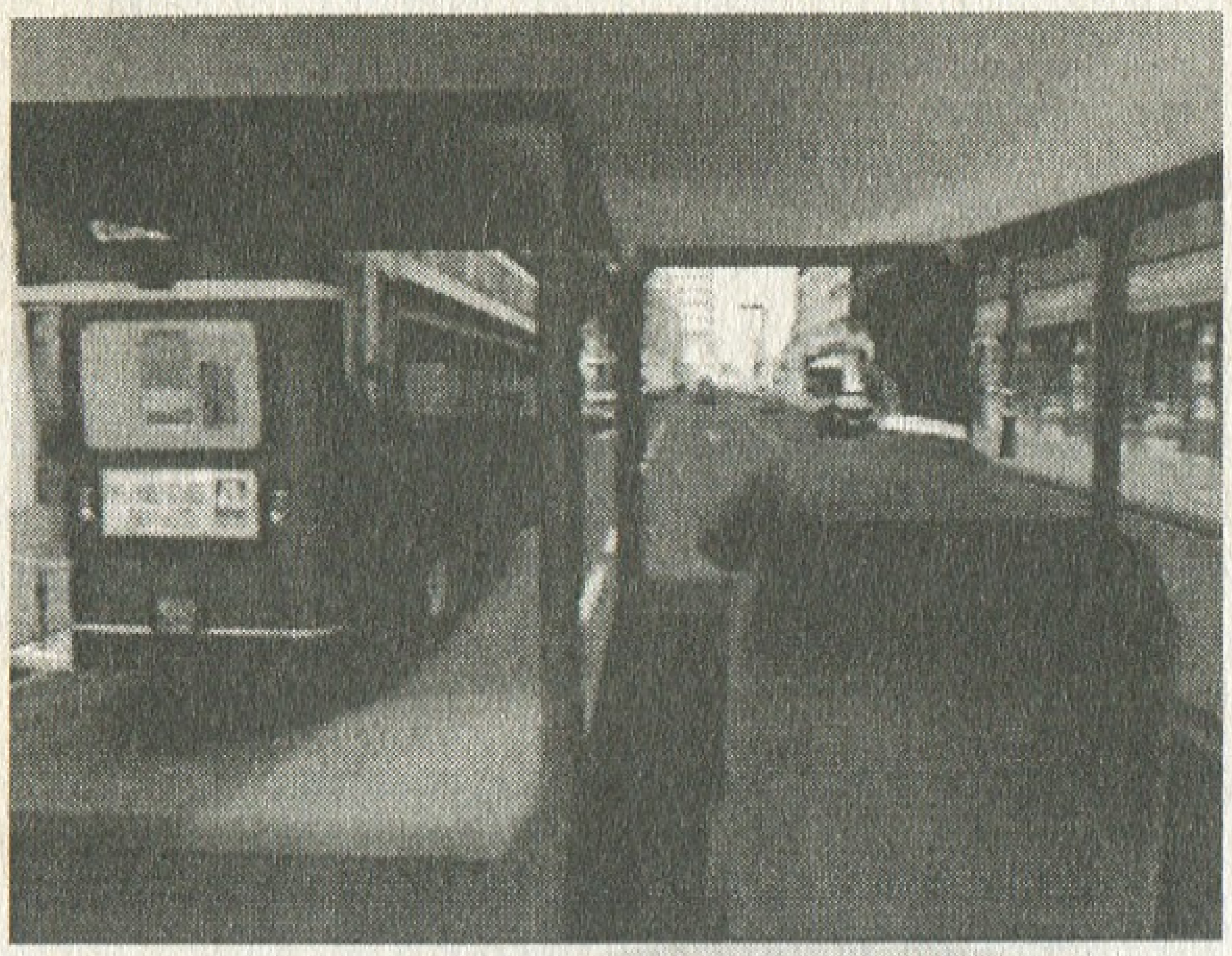
K：当然のことながら、ストーリー全体は本質



「マーク」と「フランク」の共通の敵であり、ボスクラスの力を持つ「チャーリー・ジョルソン」やはりワルはこうでないと！

的にロンドンらしさを強調しているわ。でも、テーマそのものは人類共通のものにしようって努力したの。登場人物たちのストーリーの裏側には常に、観客を驚かす要素を詰め込んだわ。主人公のマーク・ハモンドは、暗い過去を持つ男でありながら、正義のための戦い巻き込まれていくし、敵役のフランク・カーターは本来、法の表舞台にいるはずの探偵なのに、実際には、私利私欲の追求にしか興味がないの。このような人間たちの交差の中で、『Ｇｅｔａｗａｙ』は、個人が持つべき名誉や、倫理性について、訴えているの。

Ｄ：ゲーム中のシーンには非常にドラマチックなものがあります。それぞれにど派手なシーンをバランス良く入れるためにどんな意識的な努力をしてましたか？



普通車よりも操作難易度が若干高く、他の車がみえづらいというオプションも付いてくるが、ロンドンバスに乗車することもできる

Ｋ：コメディ、ドラマ、そしてバイオレンスをちょうど良いバランスで入れていくことが、ギャングモノのスクリプトのためには非常に大切なの。時によっては、そのバランス感覚は非常に科学的とも言えるわね。「あっ、このシーンはこのままでは重過ぎるから、すこし笑いを入れなくちゃ」、「ここで、拷問シーンを入れなくちゃ」とか、「しばらくの間、爆発シーンがなかったわね」と考えたりね。重要なのは、観客にとって、何がアピールになるのか、そしていつ、それをシーンに導入するかを決めること。今回は、そのバランスがうまくいったみたいね。

どうやってスクリプトとデザインの微妙なバランスを取ったのか

Ｄ：ゲームスクリプトを執筆するうえで一番苦労した部分はどこですか？

Ｋ：ゲーム用スクリプトは、入れなくちゃいけない情報が多すぎる、ということで悪名高いわ！　通常のゲームは、そういった情報の出し方があまりにも露骨なのよね。だから、私たちのゲームはカットシーンが単なるミッションブリーフになってはいないわ。また、ミッションクリアのリワード的な形で入れてあるわけでもない。一番努力を払ったのは、ゲーム進行に必要な情報をいかに自然に入れるか、っていうこと。タランティーノの「パルプフィクション」で、ジョン・トラボルタが、フランスのバーガーキングでウオーパーバーガーの呼ばれ方とかべらべらとしゃべってたでしょ？（※3）　あんな感じよ！



スクリプトライターKatie氏。相変わらずエレガントだ

Ｄ：どうやってエキサイティングなストーリーテリングとつねにプレイヤーに適度なチャレンジを与え、最後までゲームを続けさせるレベルデザインとのバランスを取ったのですか？

Ｋ：長い話し合いや議論を必要としたわ。レベルデザイナー（※4）のチュン・ワにはプレイヤーに対し継続的にチャレンジをさせるために必要なエリアデザイン、シナリオ、そしてセッティングニーズが構想としてあったの。私はそれらを『Ｇｅｔａｗａｙ』の世界観に合わせて、

嫌いなメーカーとその理由　SCE■ゲームを創っていないと思います。ゲーム的なモノと感じてしまいます。開発会社によってバラつきがあるのかな？（北海道　三浦冬峰）

ストーリーを紡ぎ出していかなければならなかったわ。最終的には、優れた計画性と、お互いの話をよく聞くこと、そして、バランスの調整に細心の注意を払ったドラマシーンを演出しなければならなかったの。



ゲーム冒頭シーンでのKatie演じる「スージー・ハモンド」
P91下段の実物写真と比較してほしい

スタッフも出演する隠し要素 それでも崩れぬストーリーへのテーマ

D：ゲーム中にあなたが出演するって聞いたんですが、ホントですか？

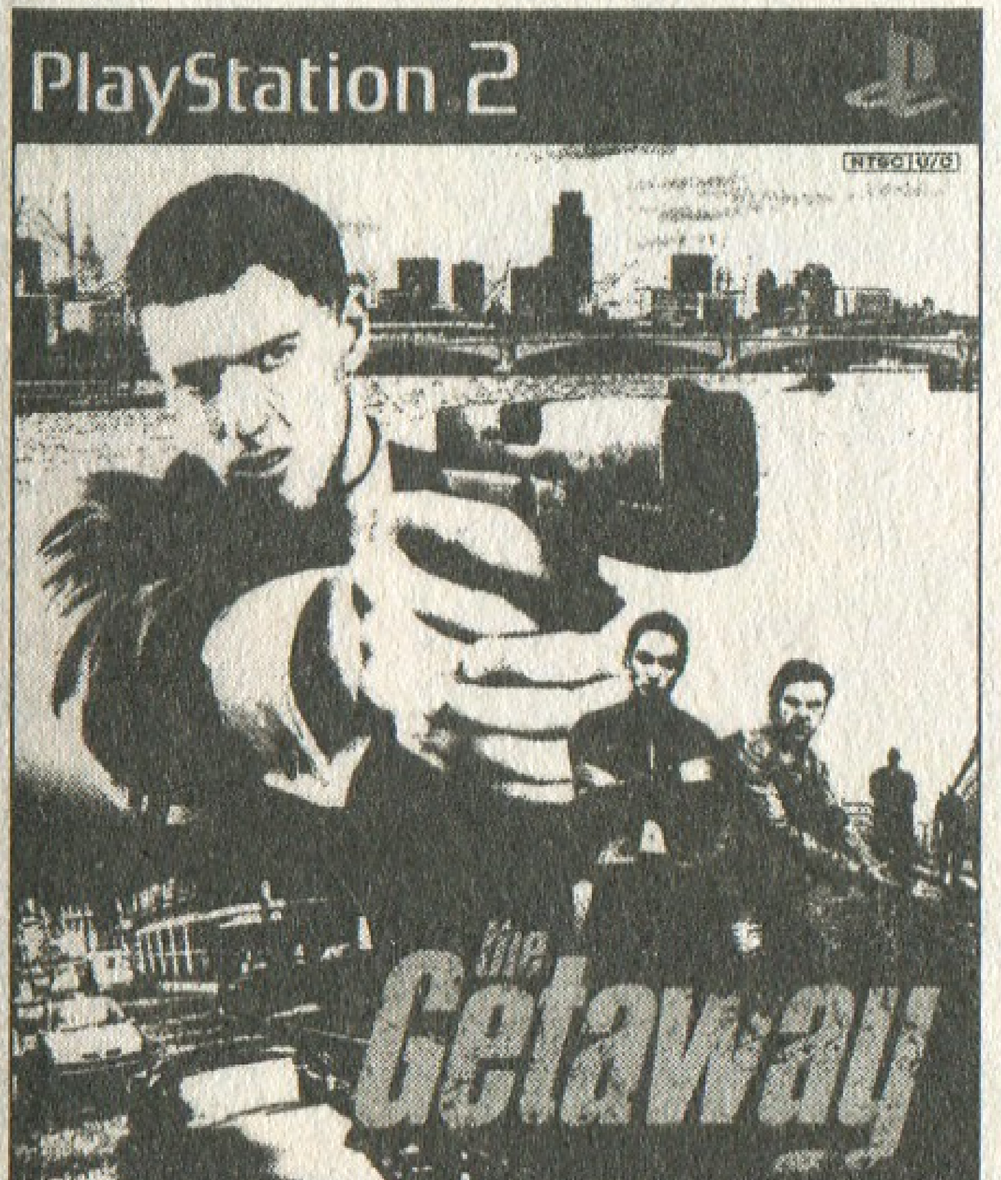
K：本当よ。ゲーム中の私の姿を見逃すことはありえないわ！　ゲームのオープニングで衝撃的な最後をとげるマーク・ハモンドの妻、スージーを演じているのよ！　自分自身をゲームの中で見ることってすごいわ。正直言って気持ち悪いぐらい（笑）。ちょい役最高！　実は他のスタッフもキャストされてるのよ。ベン・ブルデル（BenBrudenell）とか。

D：主人公の成長ですが、どのように主人公の性格などが、ゲームストーリーのテーマと統合されているのですか？

K：個人的には、主人公のマーク・ハモンドが精神的臨界点に達する状況が必要だってプロデューサーとディレクターは思ってたと思うの。どんなことをしてでも自分が持っていた世界を正しく元に戻したい、って強く願うような状態ね。マーク・ハモンドはゲーム初頭では、比較的ナイーブなイメージがあるけど、『Ｇｅｔａｗａｙ』の中でどんどん骨太な人間に成長していくわ。

D：『Ｇｅｔａｗａｙ』は全体的なストーリーであるとかの構成が、非常にハリウッド映画のような雰囲気を受けたのですが、スクリプトを執筆する際、どのようなハリウッド的技法を本ゲームで応用したのですか？

K：そうね、ストーリー進行やペースの付け方の手法は特に応用したわ。ゲームはハリウッド映画と同様にしっかりと、観客に対してリワードを払わなくちゃいけないわ。ブロックバスター映画（※5）では、たいがい観客は悲しみに沈んだり、意気消沈して劇場を立ち去ることはない。観客はたいがい、主人公に対して強く感情移入することができ、成功に対しては勝利に対する一種の高揚感を感じることができる。私もゲームプレイヤーが同じような感覚を得るよ



『The Getaway』とは!?

ソニーコンピュータエンタテイメントヨーロッパのチームSOHOにて開発されたロンドンギャングスターアクションゲーム。E3 2002ではSCEブース上の巨大スクリーンに映されたデモによる過激なハードボイルドアクションが話題に。昨年の12月にヨーロッパとアメリカで発売され、シネマライクな演出と、ロンドン全域をゲームマップに落とし込んだことが話題となり、オンライン総合カルチャーマガジン「HOTWIRED」でも取り扱われた。『GTA』とよく比較されるが、自由度ではなく息をつかせないストーリー展開でプレイヤーを引き込むというまったく相反したアイディアを中心にしてゲームはデザインされている。日本での発売が未定ながらもすでに第2作の開発が決定し、さらには映画化のうわさもささやかれている。その真偽についてはインタビューで！

嫌いなメーカーとその理由　スクウェア・エニックス、主にスクウェア■「FF」という巨大ブランドに乗っかりすぎて、ゲーム屋として大切なものを忘れてしまったように思えてならない（愛知県　長谷川広久）

うな配慮をしたつもりよ。

『Getaway』の続編と あのうわさの真相を探る

D：『Getaway』はすでに日本にも輸入され、コアなゲーマーはすでにプレイを始めています。日本のファンにもぜひ、一言。

K：ゲームプレイの調整も施され、完璧にローカライズしたバージョンが近日上映ってとこかしら！　完璧な『Getaway』をお送りするから、心配しないで。さっきも言ったけど、『Getaway』はすごくイギリス的だけど、テーマは人類共通のものにするよう配慮してるの。『Getaway』を開発した私たち、チームSOHOの多くのメンバーは日本のゲームが大好きなの。日本版のコンソール機が自分たちのスタジオの中をごろごろしてるわ。優れたゲームが豊富で、ゲーム文化が爛熟している日本でこのゲームが受け入れられるってことは私たちにとってはすごくエキサイティングなことなの！



もうひとりのプレイ可能なキャラクターとなっている「フランク・カーター」ジーンズがとてもクールだ！

D：『Getaway』の続編のこともチラっと聞いたんですが、その辺についても何かヒントをください！

K：う～ん。それについては詳しいことを言うことはできないの。ただし、私がまだここ（SCEヨーロッパ）で仕事してる、ってこと自体がすでにヒントになるんじゃないかしら？？　私たちチームSOHOは、ロンドンギャングワールドのシリーズである次作を開発中よ。スクリプトはすでに完成してるわ。だけど、それについてはまだ何も言うなって言われてるの。ただ、ひとつ言えることは、ストーリーは期待できるものになっているということぐらいね。



ゲーム後半ではホンダシビックにも乗れる 気分はさらに爽快になること間違いない！

D：『Getaway』を題材にした映画も撮影中とか聞いたんですが……。

K：ノーコメントよ‼

う～ん。ちまたで噂の『Getaway』映画化についての真偽について確認できなかったもの、続編についての情報をGET！　できたのはかなりおいしかったように思います。チームSOHOの今後の活躍に期待！

※1　ソニーコンピュータエンタテイメントヨーロッパ所属の開発チーム。3年越しで開発された、『The Getaway』が彼らの処女作となる。

※2　ゲームにおける分岐シーンも含めた、すべてのカットシーンにおける全登場人物のセリフの執筆をすること。それを担当するのがスクリプトライター。Katie氏はその才能から、ストーリー全体の流れから主要登場人物の設定まで任されることになった。

※3　『パルプ・フィクション』の冒頭シーンにおいて、プロの殺し屋を演じるジョン・トラボルタとサミュエル・L・ジャクソンとの会話シーン。日常的な会話を大量に入れながら非日常を語り、ストーリーを進行させていく「タランティーノ節」。これで一躍有名になった。

※4　各ゲームエリアにおいて、おもしろさという観点から、ゲームシーンすべての背景、障害物や敵の配置などを設定するデザイナー。チャレンジと爽快感とのバランスをいかにできるかが勝負。

※5　ホリデーシーズンに公開される大予算でスペシャルエフェクトを多用した大作映画。夏の超大作映画は「サマーイベント」と呼ばれることもある。

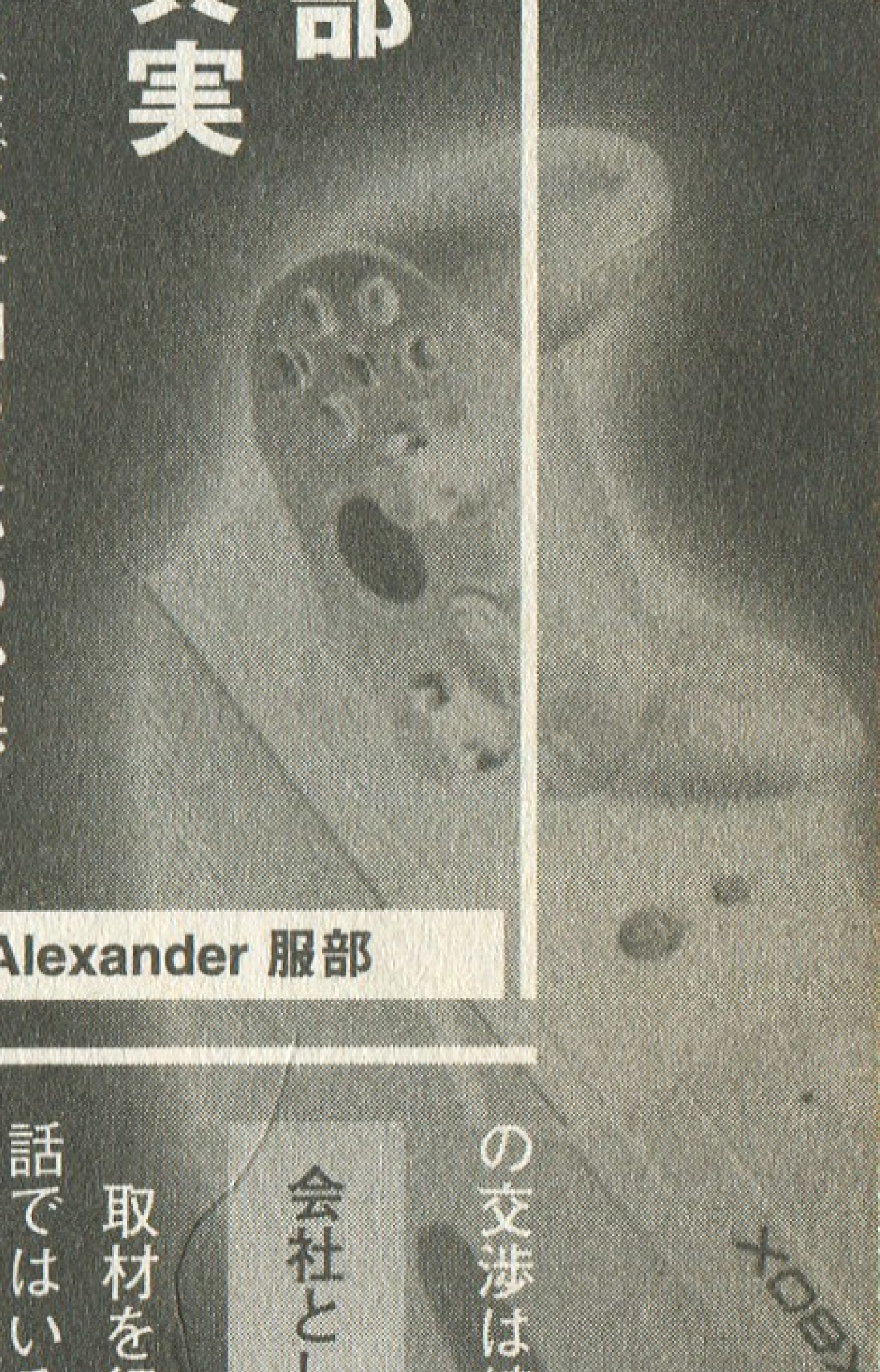
嫌いなメーカーとその理由　アトラス■「真・女神転生NINE」をPS2で出さないから（愛知県　なるお）

Xboxユーザー震撼！

Xbox事業部指名解雇の真実

何かと話題だけは多いXboxだが、今回も良いのか悪いのかわからない話題が出てきた。どちらの方向に転ぶのかは今後の動向次第ではないだろうか

Written By Alexander 服部



ニュースを賑わせたリストラ

6月の末も近い時期にマイクロソフト（以下MS）日本法人社長の退任についてのニュースが出てきたが、それに連座するかのようにXbox事業部のリストラが明るみに出た。しかもそれなりに世間からは信憑性が高いと見られている日経BPのwebニュースで、だ。要約すると34人の指名解雇。売上げが好調とはお世辞にも言えない事情を考えるとそれほど珍しくはない。リストラとはもともと英語のRestructuring(再構築)の意味なので、悪いニュースとは言い切れない。ただシェアがそれほどなく、広報活動も決してうまくいっていないXboxを持っているユーザーからすると、際限なく不安になってしまうようなニュースだった。Xbox Liveをはじめとして、ソフトウェアは目立たないものの、良作が多いだけに歯がゆい思いを味わってきたユーザーにとってどのような影響があるのかを知るために、インタビューを申し込んだ。

先に結論を書いてしまうとインタビューはできなかった。理由としては3ヵ月も前の話だということ。指名解雇そのものは今年の3月ごろの話だというのだ。そう考えると今後ゆっくりと話を聞いたほうがいい。今後もインタビューの交渉は続けていく所存である。

会社としての言い分

取材を行うことを断念しても電話ではいろいろと話を伺っているので、少しは真っ当な推測をすることができる。まず気になるのが問題を発覚させた「日本法人社長退任」だ。日本には日本のビジネスがある、このことを理解しているアメリカの会社は過去にほとんどなかった。有名なところではTOYOTAに対抗しようとして日本での売上げを伸ばそうと画策していたクライスラー社などが挙げられる。結局のところ日本の複雑すぎる流通システムに馴染めず、当時の大統領に頼んで政府に圧力をかけたりしたが、結局はそれほど普及させることはできなかった。MSは比較的理解していたほうかもしれない。Xbox立ち上げの際に他ゲームメーカーから人材を引き抜いたり、日本法人主導で進めてきたりと「日本は特殊」との認識はあったのだろう。その日本法人にゲーム業界の特異性を見抜くことができたかどうかは別の話だ。正直なところ今までの広報活動は大失敗としか言いようがない。成功したと思っているのであれば、お金の使い方に関して効率が悪いと言い直しても良い。

社長の退任に関しては会社内の人事などの問題もあるので、第三者として口を挟むわけにはいかないのだが、気になる部分がある。それはリストラされた人数と会社の規模だ。一般的に34人もリストラをして、社内的に差し支えない事業所は皆無だ。確かにMSほどの規模であれば何ら問題がないかもしれない。だが、売上げが芳しくないXbox事業部では34人もの「思ったように成果を挙げることができなかった人材」を抱えていたことになる。実際にXbox事業部のリクルートサイトでもここ3ヵ月は人材を募集していたが、「戦略企画室ビジネス企画グループマーケットリサーチ担当」などのハードウェアの方向性を決めるような重要ポストなのだ。指名解雇された人材はこのような大事なポストだったのだろうか？

それともまったく募集をかける必要がない程度の部署、役職なのだろうか。どちらにしてもシェア争いを行っている中で最後発とも言える会社の状況ではない。しかも34人もの大人数だ。小さなソフトウェア会社であれば3社分ほどある。リストラそのものは次のステップへの一歩になるはずなので、評価したいがその辺りの改善をしっかりと行ってほしいものだ。

3ヵ月間も何をしていたのか?

外資系なので日本の方式と海外の方法論の折衝などに、前社長をはじめ社内の人々はいろいろと苦労もあることだろう。そこで気になるのが電話で言われた、

「(リストラの) 傷も癒えて、Xbox事業部はこれからユーザーの皆さまの期待にお応えするべく、体制を整えてまいりましたので、今回の取材はご遠慮願いたい」(Xbox事業本部広報グループ福田氏)

この一言は問題だ。確かに34人もの大人数が抜けるのだ。そう簡単には次のステップは踏み出せない。ただ逆説的な言い方をすると「3ヵ月で次への準備ができないの?」ということだ。天下のMSのXbox事業部。入りたい人間は多いだろうし、引き抜きにしても行うだけの体力はある。だが、傷は癒えきっていない。これにはゲーム業界に対してそれほど理解がないことと共通する問題点が含まれているのではないだろうか。

MSが求めるハードルの高さ

MSの系列は新卒も中途採用も分け隔てなく採用していると考えてもそれほど間違いではない。どちらかというと中途採用のほうが有利だ。だが問題は「英語のレベルが高く、しかも実務で使用している経験があること」を重要視する傾向がある。日本でこの部分をクリアしながらも転職した人間が多いのはアパレル分野のみだ。ほかの業界でここまでの英語レベルを持っている人間は間違いなくエリートに近く、それなりの地位がある。大して地位が高いわけでもなく栄光を目指して思い切った行動に出るのであれば人材はおのずと限られる。つまりゲーム業界の人間よりもアパレル関係の人間が入社する確率のほうが高い。筆者の友人のゲーム開発者で英語ができる人間はいないし、MS系列では尻込みするとも口をそろえる。TOEFLかTOEICの点数が基準になっていたと記憶しているが、アメリカ在住経験を持つ筆者でもおそらく合格できないほどの高得点が要求されていたはずだ。



コンスタントなイベント参加・開催、およびボイスコミュニケータ搭載のXbox Liveの登場。動きは確かに多かったが実があまりに小さかったのも要因のひとつだろう。

本社がアメリカである以上仕方がないかもしれないが、こだわりすぎてはいないだろうか。今までXbox事業部が行ってきたマーケティング、および広報活動を見ていると、非常に申し訳ないが、ゲーム業界やユーザーを直視しているようには到底思えない。もう少し広く人材を探したほうがいいかもしれない。在野に遺賢を残さないほどの勢いでもいいはずだ。

希望を見せられるのか?

Xbox事業部の指名解雇は生まれ変わるチャンスだ。企業は新しい血を導入することで一気に風景を変えてしまうことが多い。今回は人数も多く、さまざまな人材を集めたり、アドバイザーを用意するチャンスでもある。3ヵ月が過ぎた、Xbox事業部の次の一手に注目したい。そのためには弱小ながらも我々のようなマスメディアすら宣伝に使用するほどの狡猾さを身に着けてほしいと切に願うのだ。そのためにも我々は取材交渉を継続していこうと思っている。

複眼視点

Produced by 武田丸男

遠くが見通せるイベント会場で。

テレビゲーム関連のイベント会場には、ビデオカメラやデジカメを片手に、最新ゲームを追いかける一方で、出展メーカーのコンパニオンを追いかけたりしている〝大きなお友達〟がいるが、子どもたちだけであふれかえるゲームイベントも開かれているのだ。

第21回 キッズ・マーケットを見に行く！

　ファミコンが登場して20年の年月が経過し、当時小学校高学年だった少年も30歳を過ぎようとしている。あるテレビゲーム専門誌の平均読者層が25歳を超えているという。平均購入者年齢が33歳という〝ロボット系ゲーム〟があると聞く。東京ゲームショウ（以下TGS）に代表される〝ゲームイベント〟の会場では高価なデジカメ、最新のビデオカメラを片手に、ゲームよりもコンパニオンのお姉さんを追いかけている輩も、当然のように多く見掛ける。

　〝大きなお友達〟ばかりが市場の主役になりつつある今日のテレビゲーム・マーケットにあって、小学生中心に、子どもたちを圧倒的に集客しているイベントがある。〝次世代ワールドホビーフェア〟（以下WHF）。

　会場内はTGS以上の来場者であふれかえってはいるものの、彼らの平均身長は160cm以下（？）なので、会場では遠くまでを見通すことができるのだ。

　そのWHFにテレビゲーム業界の〝明日〟を見に行った。

ユーザー代表

これまでとはイメージが違うメーカーばかり?!

（アキラ／19歳／受験生）

これまでのイメージはどこに？

　WHFは7～8年前から開催されているそうですが、僕自身が実際にイベント会場を訪れたのは今回が初めてでした。主催している出版社の、それもWHFの中心軸ともなっているコミック誌を読んで育った僕ですが、わずか数年のタイミングの差で、このようなイベントに出会うことができなかったことは残念だった、というのが会場を回りながらの印象でした。

　僕の弟とも言えないぐらいの子どもたちが、駅から手をつなぎながら親と一緒に会場を訪れている様子は〝幸福な家庭〟といった雰囲気で、10年前にWHFが開催されていたら、僕も父と一緒に来場していたのだろうか？（多分父は嫌がったに違いない）などと遠い記憶を懐かしんでしまいました。

　そんな思いは会場に入ると吹き飛んでしまったのですが、何が最初のインパクトのある印象として感じられたかというと、それは広い会場のあちこちの壁にもたれかかっている、子どもを会場に連れてきた親＝大人の姿でした。それまでの〝幸福そうな家族〟といったイメージは吹き飛んでしまったのですが、そんな思いも会場をめぐるうちに忘れてしまいました（時々思わぬところに座り込んでいる人には驚かされましたが）。

　会場内には任天堂、コナミ、セガ、SCE、カプコン、スクウェア・エニックス（以下SQEX）……といったメーカーが、ブースを出展していましたが、慣れ親しんだイメージ＝TGSの雰囲気のままに感じられたメーカーはSCEだけだったような気がします（任天堂はTGSに参加されていないので）。

　とくに驚いたのはSQEXでした。僕たちの知っているSQEXのブースは、大きなスクリーンと、そこに映し出される映像、何台も

複眼視点

配置された試遊台という迫力のある構成ですが、WHFの中では、失礼ながら、ウッカリと前を通り過ぎてしまうほどに目立たないブースの構えで『新約　聖剣伝説』がさりげなく展示されていました。というよりも、同社のブースで子どもたちが集中していたのはバトエンコーナーで、いまだに続く根強い人気には驚くばかりです。

コナミも「あれっ？」と思わせるような出展をしていました。

子ども向けイベントということと、タイミング的に大きなタイトルが出展されていないだろうということはわかってはいましたが、ブースの雰囲気は、まるで玩具メーカーそのものでした。〝バトルアクセル〟という、ラジコンカーとベイブレードを組み合わせたような玩具を中心に、僕たちの知っているコナミとはまるで異なる展開をしていましたが、これでは玩具会社のコナミがゲームも作っている、という印象を持たれてしまうのではないだろうか？　と気をもんでいると、屋外で『ボクらの太陽』が出展されていました。コナミの面目躍如！　と思っていると、「外でもゲームか……」というお父さんの嘆息が聞こえて、アイディアも技術もすばらしいものという印象の『ボクらの太陽』ですが、思わぬところでテレビゲームのとられかたというのは千差万別であると痛感（？）させられました。

セガブースは、まるでソニックブースというように、ソニックで埋め尽くされていました。テレビアニメの効果でWHFへの来場者＝子どもたちへのアプローチはできたけれど、もともとのセガファンはソニックから離れてしまった、という意味のことを耳にし、ここでも〝難しさ〟を痛感してしまいました。でも、会場を歩いている多くの人たちがソニックの袋を持っているのを見ると、WHFの会場にはソニックが似合っていると感じられたことも事実です。



荷物係のうえに、プレイ中は待たされるお父さんたち　それでも子どものためと思えば、我慢もできるのでしょうか

その他、多くのゲームメーカーがTGSとは違った出展をしていたことが興味深かったのですが、そのような中でSCEは〝盆踊りや祭りの縁日風〟のブースを構え、会場内でも目立っていました。ゲームの展示方法も凝った作りになっていましたが、浴衣を着たコンパニオンの方々はTGS会場でしたら、圧倒的な人気（？）だったろうと感じ入った次第です。

カプコンにしても『バイオハザード』や『対戦格闘』ではなく、『ロックマン』を全面的にアピールしていましたが、そのような意味で低年齢層からの支持があつい任天堂は、会場の中で一番似合っているメーカーであることは感じられました。でも出展されていた『F-ZERO』や『マリオ・ゴルフ』といった最新作が浮いているように感じられたのもWHFの会場ならではの印象だったと思います。

アプローチは困難？

現在のゲーム業界を席巻しているPS2にしても、子ども層への浸透は弱く、キッズ・マーケットは相変わらず任天堂の独擅場とも言われているようです。昨年の『ポケモンルビー＆サファイア』は、そのことを立証した感がありますし、WHFの会場でデータ配信が行われていた〝ジラーチ〟にしても、そのための必須アイテムである映画の前売り券の発売は百万枚を突破したとも言われています。

キッズ・マーケットへのアプローチの困難さは僕たちにも感じ取ることができますが、少子化が問題視されている昨今、その難しさはさらに増すことになるでしょう。

子どもたちに受け入れられたからといって、ブランドやキャラクターの人気がそのまま続いていく保証はありません。逆に、子どもに認めてもらえなくても高校生～大人に人気のあるものも多くあります。大人の社会の難しさに感じ入った子ども向けイベントでした。

重要なイベントとしてのＷＨＦ

（タケリン／45歳／業界歴15年）

ＷＨＦは沈滞化する？

国内には一年間に、大小いくつものテレビゲームの関連イベントが開かれている。その中でも最大級のものとしては、昨年から年１回、秋の開催となったＴＧＳが有名だが、そのほかにもキャラクターやジャンルなどに焦点を当てたものなど、さまざまなテレビゲーム関連イベントが開かれている。

しかしながら、そのようなイベントの会場は、得てして街の中心地から離れた場所にある。イベント開催には大きな空間スペースがある立地条件が必要になるために、必然的に都心部を離れた交通不便な場所になるのは仕方がないのかもしれないが、そのような場所に小さな子どもたちはひとりで行くことができない。しかし、休日の〝お父さん〟は仕事で疲れ切っているため、わざわざ〝人込み〟の中に出掛けていくのはウンザリなことから、必然的に子どもたちの〝足〟はイベント会場から遠のいてしまい、結果、中学・高校生以上が来場者の中心をなすイベント会場＝ゲームイベントになってしまうのだ。

事実ＴＧＳでは〝キッズ・コーナー〟という、子どもたち向けの〝専用コーナー〟が数年前から設けられ、低年齢層の集客にポイントを置いた対策を講じているが、そのスペースが混雑していた、というのはあまり聞かないし、私の身長（＝173㎝）でも大勢の人込みの中に埋没してしまうぐらいに〝大きなお友達〟で会場は埋め尽くされてしまっているのだ。

ファミコン登場当初（20年前！）に、ＷＨＦの会場内を嬉々として駆け回っている子どもたちと同年令だった人も、30歳を越えており、当日のＷＨＦの会場に子ども連れで来場していたのかもしれない。

そのように、〝大きなお友達〟の来場で埋め尽くされてしまうイベントばかりの中で、唯一〝小学生を中心とした子どもたち〟が会場を埋め尽くしてしまうのがＷＨＦである。ところが、例年、年2回開催（冬期＝東京・名古屋・大阪、夏期＝東京のみ）されているＷＨＦではあるが、今夏の会場は従来の同イベントとは若干様子が違って見えたのだった。

今回の会場である〝幕張メッセ〟の最寄り駅となる〝ＪＲ海浜幕張駅〟は、私が到着した正午過ぎには、朝早くからの買い物（ＷＨＦの名物のひとつに〝会場限定商品の即売会〟もある）を早々に済ませたのであろう、会場で配布されていたソニックの大型ビニール袋をふくらませた親子連れが切符を購入したり、駅周辺で開催されている別の催しに向かおうとしていたりで、いつものようにごった返していた。

駅の改札口を出た瞬間に〝その光景〟に遭遇した私は、これから向かうイベント会場内で繰り広げられている光景、喧騒を想像して腰が引けた（？）のではあるが、実際、会場内部の〝違和感〟には、正直驚いたのだった。

会場に入る前に、まず想像していたのが今回のＷＨＦの〝目玉〟と目されていた〝ジラーチ（幻のポケモン）〟のデータ配信の順番を待つ長蛇（としか言いようがない）の列だったのだが、会場入場口のすぐ近くにあった〝データ配信〟場所には長蛇の列どころか、〝データ配信の担当者が手持ち無沙汰の様子でたたずんでいるだけであった。

その瞬間の〝拍子抜け感覚〟は、その後も会場内のあちこちで味わったのだが、〝ジラーチ〟の件も含めて、いくつかの出展メーカーの担当者に話を聞くと、異口同音に同じような答えが返ってきた。

それは「混乱を避けるためにハガキなどによる応募対応にした」、「混乱を避けるために時間を区切った」、「混乱を避けるために〜」というものだったが、おそらく過去の来場者からのクレームなどを考慮した主催者側が、事態の解消を図って出展各社に通達を出したものと想像される。だが、それらのクレームの多くは〝親＝大人〟からの

複眼視点

ものであることは想像に難くない。これまでのWHFの会場で行列を作っていた子どもたちは、〝行列に並ぶ〟ことにもイベント参加の雰囲気を感じ取っていたり、ゲームボーイを楽しみながら並んでいたのだが……。

無駄に並ばなくてすむのであれば、時間の節約にもつながってありがたいことではあるが、そのことが逆にWHFの沈滞化として伝えられないかという懸念もある。

会場先行物販コーナー、会場限定プレゼントなどの、イベントに来場しなければ入手できないアイテム、体験できない空間があることなど、人気を集める要因はいくつもあるのだが、いずれにしても開催中は、大勢の子どもたち（と疲れ切った親たち）で、必ずイッパイになる。それがWHFであるといったら誤解があるだろうか？

WHFはわかりやすい？

そのWHFが、6月21・22日に、幕張メッセで開催された。会場内のどの出展社ブースにもテレビゲームや新製品の〝おもちゃ〟、〝カード〟などを試遊するための子どもたちで賑わっていたが、テレビゲーム関連メーカーでは任天堂、SCE、コナミ、セガ、ナムコ、SQEX、カプコン、ハドソンといった大手企業が揃い踏みをしていた。

個々のブースの出展形態、タイトルなどは割愛をさせていただくが、興味深いのは、どのメーカー（除：任天堂）もTGSとはまるで違ったアピールをしていることだ。

最新のデジタル・テクノロジーの粋を集めたコンテンツとして、映像的に、音響的にアプローチをかけ、著名クリエイターの対談やアイドルなどのステージ・イベントで盛り上がりをみせるTGSと違い、WHFはわかりやすく、遊びやすく、親しみやすいことを前面に打ち出しており、TGSの会場とは同じ商材でありながら、明らかに一線を画している。

WHFの会場では、セガはソニックのゲームメーカーであり、SQEXはゲームメーカーというよりもバトエンの会社であり、コナミは玩具メーカーであった。

ラインアップや企業パワーのアピールも入っているTGSと比較して、ビックリすることがない代わりに、どのブースにも〝わかりやすさ〟が感じられるWHFであるが、私自身も以前に出展社としてWHFに関わらせていただいたこともあり、主催者が〝来場者＝ファン〟を大切にしていることを出展社に説き、理解させていたことを覚えている。単純な比較はできないが、TGSに見られるような大掛かりなブース装飾、ステージ演出などは少ないが、来場者の満足度は同等か、それ以上であることは間違いのないところだろう。

さまざまな業界の、さまざまなイベント・展示会が常に随所で開催されていることだろうが、業界内関係者向けではなく一般消費者を対象にしたイベントとして、WHFは、その性格、開催意義などが強く感じられるものである。

会場内を疲れることなく走り回る子どもたちと一緒に幕張には来たものの、会場内にこだまする〝音〟と冷房効果を吹き飛ばしてしまう〝人いきれ〟に、会場の片隅に座り込み、雑誌を読んだり、フテ寝を決め込んでいたお父さんにはお気の毒ではあるのだが……。

両者を俯瞰して

TGSに代表される昨今のテレビゲーム関連イベントは、業界関係者の方が述べていられるように、最新デジタル・テクノロジーのアピールの場でもある。また一方でゲーム・ソフトは20～30代の男性を中心ターゲットにした〝ホーム・エンタテイメント〟の主流としても完全に位置付けられている。結果、最近の傾向としてゲーム・ソフトは〝これまで目にしたことがなかった映像〟に、誰もが知っている歌手の歌声が重なってくることで、作品としての価値が認識されようとしている。そんな〝仕掛け〟は止まることなくエスカレートを続けていくことだろうが、そこには〝ゲームが本来持っている楽しさ、おもしろさ〟が置き去りにされているような懸念もある。ゲーム業界がもともと親しんでいたキッズ・マーケットへの再チャレンジは、テレビゲームの将来を左右する業界の課題でもあると思う。

編集 発行 株式会社マイクロマガジン社 〒104-0041 東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル TEL:03-3206-1641(販売) FAX:03-3551-1208

やっぱり

GAME SOFT REVIEW

見逃しがちなタイトルを含めた全10本のソフト批評コーナーはココからです。パブリシティに一切とらわれることなく褒めるところは褒め、ダメな点は徹底的に追求させていただきます!!

～今号のMENU～



イラスト：安本豪

GAME SOFT REVIEW
ゲームソフト批評 01

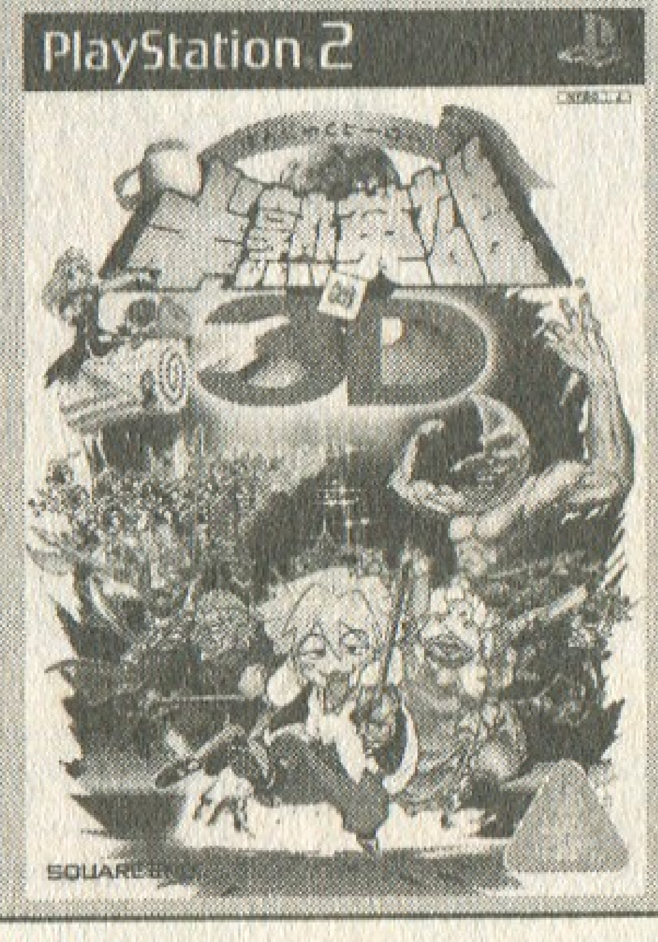
半熟英雄 対 3D

空回りする80年代的言語 なぜゲームに「お笑い」ジャンルは確立されないのか

お笑いだけを求めるなら、そもそもゲームにする必要はない。誰に楽しんでもらうためのゲームなのか？

吉田龍司

プレイ時間：25時間



ジャンル：SRPG ／メーカー：スクウェア・エニックス／機種：PS2／価格：6,800円／発売日：'03年6月26日

「狙った」お笑いはつまらない？

結論から言ってここ数年のワーストワンに挙げたいゲームである。ただ、だからこそ『半熟英雄 対 3D』は語るべきものが多い作品だ。10年前に出されたSFC版は複数回プレイするほど面白かった。ではなぜ、ほぼ同じアプローチの今作を楽しめないのだろう。

お笑いゲーム、というジャンルはもちろんあっていい。漫画ならギャグ漫画、映画なら喜劇、相撲なら初っ切り、プロレスならドン荒川の職人芸……といった風に、どんな世界にも必ずお笑い分野はあるわけだし。だが、不幸なことにゲームのお笑いジャンルというのはいまだに確立されていない。

プレイしていて腹を抱えるゲームは結構多い。個人的には『カラテカ』が崖の上から落下するシーンは大好きだし、『天地を喰らう』で関羽が「ぬぅ〜っ」と言いながら戦う辺りは今でもよく物まねするほど気に入っている。しかし、こうしたゲームで笑える瞬間のほとんどは制作者が意図せざるもの。つまり、プレイヤーが勝手に面白い部分を見つけているわけだ。特に馬鹿ゲージャンルは、制作者がど真ん中直球を投げようとして、バックネット直撃大暴投となっているさまがおかしいものがほとんど。要するに、笑われているのはゲームでなく制作者である。

逆に〝大爆笑〟とか〝抱腹絶倒〟といったうたい文句のゲームは決まって笑えない。「狙って」プレイヤーを笑わせようとして自滅した作品の、いかに多いことか。最近では制作者自らが「僕はとんでもないお笑いゲームを作ってしまいまして〜」なんてしたり顔で変化球を誇るものもある。まともな直球も投げられない分際で。近年、こうしたジャンルで成功したのは『セガガガ』くらいである。『セガガガ』はセンスがずば抜けていて、何より万人受けを狙わず、セガが好きな人に楽しんでもらおう、というプライベートフィルム的な姿勢が明確だったことに好感が持てた。ゲーム部分も（それなりに）よくできていたと思う。

不透明なユーザーターゲット

そもそも『半熟英雄 対 3D』は誰に楽しんでもらおうとするゲームなのか。率直に言ってゲーム的な要素で語るべきものはあまりない。基本システムは、各ステージで手持ちの将軍を使い、点在する城を落とし、中ボスを倒すというもの。目玉のエッグモンスターを駆使して戦うところは10年前とまったく同じである。ただ昔は敵もモンスターを召還してきたため、バトルの駆け引きが楽しかったのだが、今回、敵のモンスター

召還は一切なし。このため、戦いはモンスターを使えばほぼ確実に勝てる。ボス戦も複数の将軍を動員すれば必ず勝てる。あとはちょっとしたパズルが楽しめる程度だ。

おそらくこの作品を商品たらしめているキモは「セリフ」部分に置かれている。ゲームが単調で作業的なものである以上、制作者は王子、大臣、モンスター達のおもしろいお喋りを楽しんでください、と考えているとしか思えない。で、彼らは誰を笑わせたいのか。

懐かしい海老一染之助・染太郎、ささきいさおの起用や、十年一日のウルトラマンパロディで僕のようなおやじをくすぐりたいのか、鉄拳の起用やエッチな下ネタで中高生の関心を引きたいのか、ウンコーチンコーの連呼で小学低学年を笑わせたいのか。文明堂の古いCMを何の工夫もなく挿入したり、たんを吐く音をそのまま聞かせれば腹を抱えるであろう層は存在するのか。最後までわからなかった。

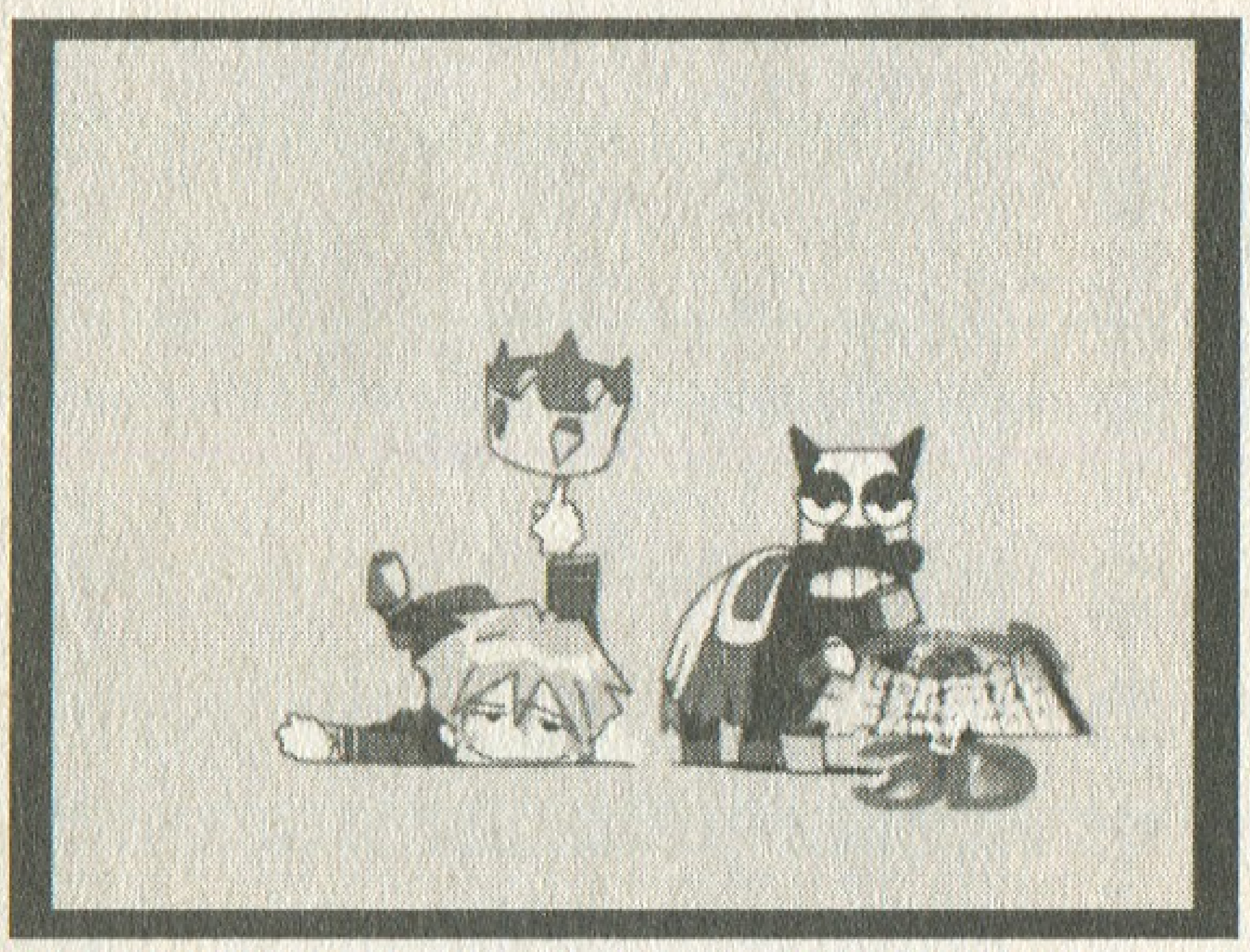
形骸化したパロディの文化

色々考えて思ったのが、制作者さんは80年代風ギャグやフジテレビ的な世界が好きな人達なんだろうなあ、ということだった。

80年代のフジを代表するギャグバラエティと言えば「オレたちひょうきん族」である。「タケちゃんマン」で有名なこの番組はパロディ要素が満載だった。で、このパロディの核が〝メインカルチャー的なもの〟を笑い飛ばすカウンターカルチャー的姿勢である。

この場合のメインカルチャーとは、戦後から70年代のエンターテイメントを指す。ヒーロー番組や黒澤映画、「ザ・ベストテン」のような押しも押されもせぬエンターテイメントが次々にパロディ化され、その種が尽きた時に番組は終わった。あれから10年以上の月日がたつ。今はメインカルチャーも消えたが、メインを笑ったサブも屍をさらし、フジ的バラエティは衰退の一途をたどっている。

『半熟』の第1作は'88年。作り手の時計はこの頃で止まっている。たとえば、病弱な兄と彼を看病する弟のニワトリモンスターが登場した時、兄は「いつもすまないねぇ～」と話したりする。これは60年代の黄金番組「シャボン玉ホリデー」のパロディ。「ひょうきん族」でもよくパロられて手垢が付きまくったギャグである。また、全編に渡って出てくるブス女「あたし」は80年代の〝三高(高学歴、高収入、高身長)〟大好き女そのまま。「マンション買って～」といった彼女のバブリーなセリフを今楽しもうよ、という発想はどこから来るのか。楽屋オチ的ギャグも何やら……要するに、凄い3Dキャラが出ても中身は化石同然なのだ。こうした80年代的言語を今のユーザーに喜んでほしいなら、何もゲームにしなくても、得意のCGアニメでも作って世に問えばいいのに。



タイヤの代わりに王冠は、映画しか見ていない子どもたちが果たして分かるネタなのか!?

かつてお笑いのプロが手掛けたゲームが散々だったように、ゲームとはまずゲームありきである。肝心のゲームが置き去りになっては本末転倒だ。そして今、ゲームというツールの文脈に沿ってお笑いを成立させるのは本当に難しい。第一、誰もが喜ぶお笑い自体も消え失せ、お気軽なパロディもやりづらくなった。メインカルチャーなき時代は本当に不幸だ。80～90年代の空虚なサブカルも笑い飛ばすに足りず、結局ゲームはゲームにしかできない笑いを探すほかない。

関連作品

『ウィークネスヒーロー トラウマンDC』(SLG)
メーカー：NECインターチャネル／機種：DC／価格：6800円／発売日：'02年2月28日

狭いユーザー層を対象に、正しく作られたヒーローパロディの好作。主人公がトラウマン(♀)と敵対する悪の総統という点も志の高さを感じる。改造人間作成も楽しい。何よりトラウマンがかわいい。

GAME SOFT REVIEW
ゲームソフト批評 02

ファイアーエムブレム　烈火の剣

「シリーズのオキテ」からの脱却 『FE烈火の剣』の偉大なる「進化」とは!?

『FE封印の剣』が潔くもさっぱりとリセットしたシリーズの流れ。『FE烈火の剣』はそれをさらに掘り下げたベスト・スタンダードだ。

池谷勇人　プレイ時間：55時間



ジャンル：SRPG／メーカー：任天堂／機種：GBA／価格：4,800円／発売日：'03年4月25日

質実剛健、謹厳実直。13年目にしてついにたどり着いたベスト・スタンダード、なーんて言ったらちょっと褒めすぎかなぁ。

この『ファイアーエムブレム』(以下『FE』)シリーズ、ここに来るまで案外ふらふら迷走している。2作目『FE外伝』ではちょっぴりRPG風の味付けをしてみたり、4作目『FE聖戦の系譜』ではシステムまわりをごっそり改変してみたりと、なかなか立ち位置が定まらない。続く『FEトラキア776』では信者も唸らせる鬼の高難度で、ライトなファン層を片っ端から斬り捨ててきた「前科」もある。

実はスタンダードな『FE』といえば、初代である『FE暗黒竜と光の剣』と、そのリメイク&パワーアップ移植版である3作目『FE紋章の謎』くらいしかなかったのだ。

そんな感じでとかく歩調の安定しない気まぐれ屋だから、僕のような半端な『FE』ファンにとっては毎度ワクワク感よりもヒヤヒヤ感のほうがむしろ大きかった。ただでさえリセット必至の高難度。わずかな気の緩みで数時間がパー、なんて惨事もザラだ。全員生存でエンディングを迎えようと思ったら、知力、体力、時の運、持って生まれたすべてを総動員し、寝る間も削っての総力戦である。なのに追い打ちをかけるように年々複雑化するシステム、どこまでも肥大するボリューム！

要は冗談ヌキで「ついて来れねぇヤツは置いていく」の世界であって、いいトシこいた社会人が挑むにはいかんせん分がなさすぎるのだ。徐々に狭まる「ふるいの目」に、ひょっこり振るい落とされてしまうのではないか、という懸念が常にあって、このシリーズとマジメに付き合っていくのは楽しくも気苦労が絶えなかった(もちろん、だからこそ「信者」と呼ばれる熱狂的なファン層が根付いたのだろう)。

ところが、この流れは前作『FE封印の剣』で潔くもすっぱりとリセットされている。GBAのユーザー層に合わせてか、『FE聖戦の系譜』以降の戦闘システムをややこしくしていた張本人「スキル」を撤廃。「流星剣」や「太陽剣」など、きらびやかなスキルが飛び交う戦闘から、初代のシンプルかつストレートな「攻撃力－防御力＝ダメージ」に再び立ち返った。難易度、ボリュームも初代並みに抑えられ、シナリオ面でもなじみの深い「強大な力を持った竜族と、それを封じる聖剣」という対立構造が復活。

良くも悪くもスタンダードな『FE』をGBAで再現してみせた。要はぐるっと一周して結局スタート地点まで戻ってきたわけだ。「スキル」が撤廃されたことで実

質システム的には2〜3歩あとずさったことになるが、その分キャラの強さに任せた力押しがきかなくなるなど、地に足の着いたバランス調整が光った。『FE聖戦の系譜』以降のファンにはひょっとしたら物足りなかったのかもしれないが、『FE』が本来持っていたおもしろさの「核」をより研ぎ澄ました内容で、従来のファンにもおおむね好評をもって受け入れられていたようだ。

幅広い層が遊べるベスト・スタンダード

で、ハナシはやっと『FE烈火の剣』に至る。『FE封印の剣』に続くGBA版『FE』の2作目。一言で説明するなら、『FE封印の剣』が切り開いた「スタンダード」を、さらに深く掘り下げた「ベスト・スタンダード」だ。

マニュアルを開くとまず飛び込むのは「『ファイアーエムブレム』の世界へようこそ」の一文。実際その言葉に偽りはなく、コドモからオトナまで、初心者から狂信者まで幅広く遊べるフトコロの広さに驚かされる。

大きな特徴は、主人公がリン、エリウッド、ヘクトルの3人に増え、物語も3部構成になったこと。このうち1章〜10章までを占めるリン編はチュートリアルを兼ねており、ユニットの動かし方から武器の三すくみまで、懇切丁寧に『FE』のセオリーを教えてくれる。プレイヤー自身が「軍師」としてシナリオに参加するのも、(シリーズファンにはややうっとうしいが)シミュレーションRPG未経験者への敷居をうまく下げている。「ついて来れねぇヤツは〜」がまるでウソのようだ。

また、キャラごとの成長率格差が少なくなるなど、バランス面についてもかなり細かく手が加えられている。

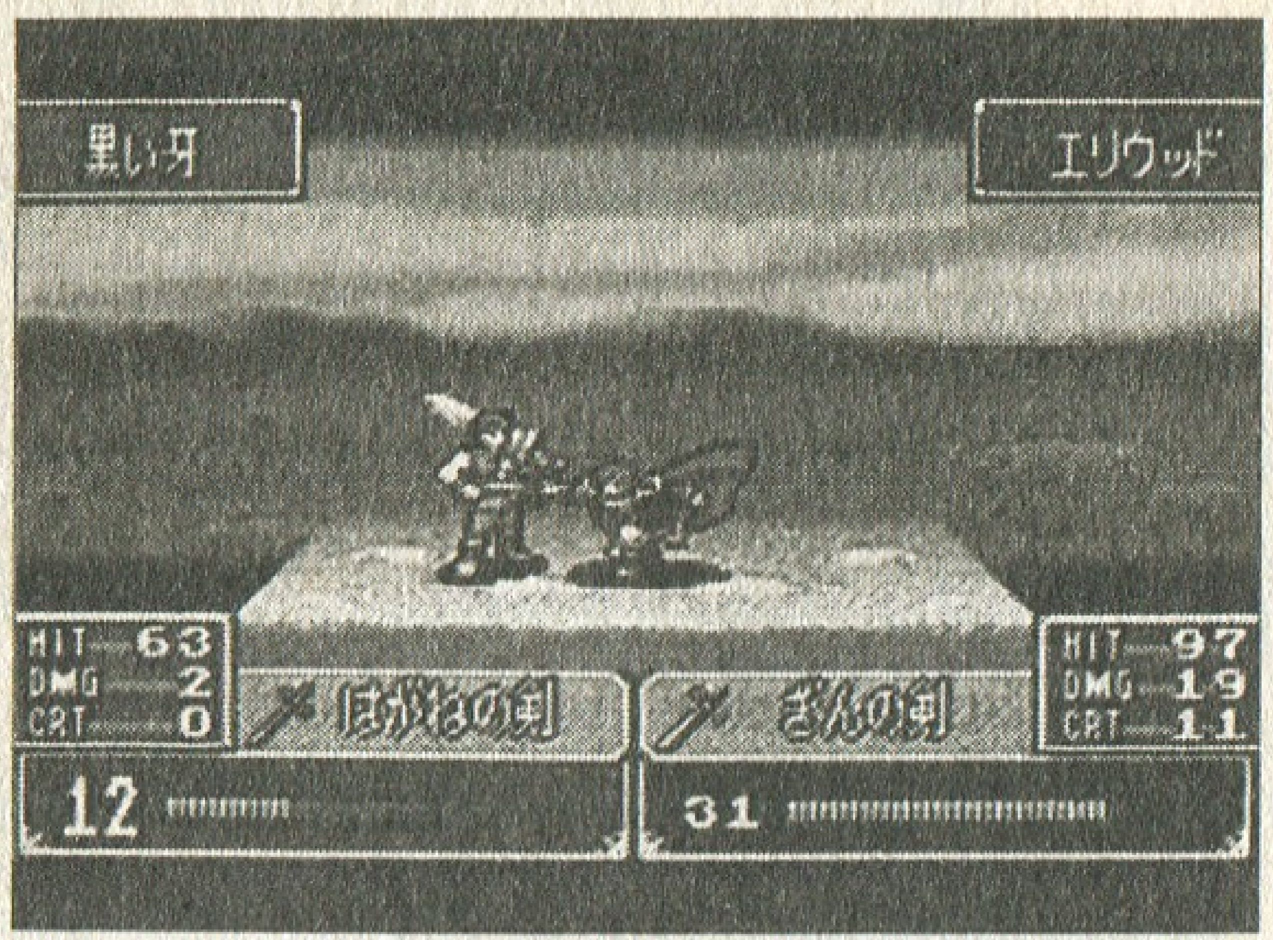
いつもなら序盤のお助け役で終わってしまう「お目付け役」のパラディンも含め、どのキャラもきちんと育てれば終盤までしっかり使えてしまうあたり、初心者がハマりがちなワナを極力減らそうという配慮が目立つ。斧系ユニットが使いやすくなり、三すくみをより実践しやすくなったのもうれしい変更点である。難易度も前作よりむしろ低く、本編であるエリウッド編(11章〜31章)までは、シリーズ初心者でも手詰まることなく(何度かはリセットボタンに手をかけるハメになるだろうが)通過できるはずだ。難しくなければおもしろくない、というある種の脅迫観念めいた「シリーズのオキテ」からの脱却は、正直、個人的にもありがたかった。

もちろん、上級者向けには難易度の高いヘクトル編、さらに追加でハードモードまで用意されており、ボリューム・歯ごたえともに充分。各キャラクターごとの会話を「集める」楽しみもあり、繰り返し遊ぶ気にもさせてくれる。

本作が魅せた偉大なる「進化」

拍子抜けしなかったと言えばウソになる。なんせパッと見には前作『FE封印の剣』とまるっきりおんなじだ。グラフィックも大半が使い回しで、アッと驚く新要素もない。

ベスト・スタンダードの正体は、びっくりするほど何の変哲もない、食べ慣れたいつもの『FE』だった……というのはちょっとデキすぎたオチかもしれないが、そこに気付いたこと、気付かせてくれたことこそ『FE烈火の剣』の偉大なる「進化」なのだ。



初代『FE』のように、余計な要素を一切省いた戦闘画面だからこそ初心者から狂信者までを受け入れる懐がある

関連作品

『ファイアーエムブレム 封印の剣』(SRPG)
メーカー:任天堂/機種:GBA/価格:4800円/発売日:'02年3月29日
本作『烈火の剣』の20年後を舞台に、エリウッドの息子ロイ、ヘクトルの娘リリーナの新たな戦いを描いた。全体的に初代を意識したつくりで、遊びやすい。

GAME SOFT Review ゲームソフト批評 03

ギフトピア

『GIFTPIA』がくれた大人になるためのプレゼント

任天堂のベンチャー支援を受けて制作されたスキップ開発の『GIFTPIA』。「大人」をテーマにした本作のメッセージとは。

卯月 鮎

プレイ時間：31時間



ジャンル：オルタナティブRPG／メーカー：任天堂／機種：GC／価格：5,800円／発売日：'03年4月25日

子供はいつから大人になるのか

ゲーム冒頭、大人式に遅刻して、大人になれなくなった主人公・ポックルに、彼女のキャッピーが、こんなことを言う。

「子供じじいになっちゃうヨ」

ちょっと胸を突かれた。ハタチになれば、誰でも大人として認められて、国政にかかわるための選挙権さえも与えられる日本。でも、それは決まりだから。本当は、いつから大人になるのか。そもそも大人って何なのか。現代は、そんな根本的なことすらもわからなくなってしまった世界だ。

この『GIFTPIA』は、『moon』や『L.O.L.』のディレクター、西健一氏の作品で、いわゆる「ラブデリック系」の流れに連なるタイトル。南国のナナシ島に住む主人公のポックルは、村の大人式に寝坊したため、反逆罪で投獄されてしまった。仮釈放されるも、再大人式を開くためには、莫大な資金500万マネをためなくてはならないという。そんなとき、山奥でキノコばかり食べていて村では奇人扱いの老人ジギーに「もうひとつ大人になれる方法がある」と教えられる。ジギーと一緒にキノコ鍋を食べたポックルは〝精霊ちゃん〟から「他人の願いをかなえると大人になれる」と言われるのだが……。

ゲームは、島民の願いをかなえていくことと、再大人式を開くためのお金をためることの2本線で進む。そこには、「〝精神〟か〝物質〟か」という対立軸が見え隠れするが、シナリオ的には、一応、島民の願いをかなえて、大人に近づいていくことが推奨されている。

島民には、大人ならではのしがらみや苦悩を抱えている人たちが多い。ボケのために夜中徘徊するグランバーヤ、旦那と離婚して女手ひとつで子供を育てる、元ヤンキーのルミコ、妻を亡くした悲しい過去から、規則破りにうるさくなった村長のメイヤー……。苦い経験や悩みを抱えながらも、小さな島でそれなりに自分の役割を果たす大人たちとかかわって、彼らの願いを聞くポックル。願いの成就は、あくまで表面的で、彼らの傷は、本質的には癒せない。けれど、それでも、島民たちと触れ合ううちに、やがてポックルは彼らが構成する社会にだんだんと加わって、大人への道を歩む。こう考えると、本作のメインターゲットになっているのは、〝大人〟を意識し始める、中高生なのかもしれない。ゲーム序盤は、ジギーが説く、社会と隔絶して、お金や規則に縛られない自由な生き方を是とするかのように見える。だが、ゲームが進むと、ナナシ島の一島民として、それでいいのかと疑問が湧き、最初は堅物に思えたメイヤ



顔にモザイクつきの主人公。任天堂からの発売とはいえ、尖った部分は失われてはいない。

ーさんの、純粋に島の発展を思う気持ちにも、共感できるようになっていく。対立構造であっても、どちらが悪いと単純に断じない点、それがゲームを深くしている。

大人と子供の違いを出す演出は、ゲームの舞台にも見られる。ビジュアル上、ナナシ島は、いかにも平和な任天堂的世界。正義と勇気に満ちた、子供のための健全な箱庭のようだ。各所に任天堂ソフトを連想させる小ネタが仕込んであるのもポイント。『どうぶつの森』のように釣りもできるし、ハートを取れば『ゼルダ』の例のSEが流れる。そういう世界をわざと背景にすることで、各々が持つ大人の事情がぐっと引き立つ。本作が、GCというハードで出た意味は、そこにあるのだろう。任天堂世界を逆手に取る、その計算は巧みだ。これは、ファミコンのころから任天堂に付き合ってきた大人のゲームファンにも衝撃を与えると思う。何しろ、ゲーム冒頭のポックルは未成年の犯罪者なので顔にモザイクがかかっている（このモザイクは、ある程度ゲームが進むまで取れない）。他にも、バー・オスメスのマスターでオカマのピーピーや、先ほども紹介したが、痴呆が進み、夜中はベッドに縛られているグランバーヤなど、一般社会ではよくあることでもゲーム（特に任天堂世界）ではタブーとされるモチーフがふんだんに取り入れられている。例えが適切かわからないが、ミッキーマウスが赤ちょうちんで飲んだくれているのを見たような感じ。そのギャップは、〝すでに大人〟なファンならニヤリとできる。

明快なシステムがメッセージ色を強める

システムは、オーソドックスなお使いAVGで、これまでのラブデリック系ゲームと比べると、ヒントがわかりやすい上に、キャラの動きを観察する要素は減り、より明快になった。プレイヤーを制約するのはハラヘリとネムケ。ネムケは願いをかなえてレベルUPすることで、起きていられる時間が長くなる。このシステムは、経験的にも理解しやすい。9時に寝ていた小学生がだんだんと深夜番組を見るようになり、朝帰りや徹夜麻雀も可能になる。システムとシナリオが進む方向は同一だ。体が強くなれば移動範囲が広がる。それは、伝統的なRPGが、車や飛行機が発達する前の時代を表現する上で、単純明快なシステムだった。ただし現状には合わない。〝今〟を切り取るためには、今回の方式が有効なのではないか。

個人的には、これだけシンプルなシステムにしたのだから、シナリオ面で、各自のエピソードをもっと濃くしても大丈夫だったのではないか、と思う。もう一歩踏み込んでほしい、というキャラは多かった。ラスト付近でも、〝大人〟というテーマの掘り下げが今ひとつ進まず、自然と科学の対立で盛り上がってしまうのはどうか。感動で押し流されるが、少し疑問が残るところだ。最終目的地の〝シマウラ〟（その語感は「浦島」を連想させる）の使い方もわかりにくかった気がする。

とはいえ〝新しい遊びの感覚〟を追求しようとする任天堂が、作家性の高いタイトルを出した意味は大きい。今後は、もっと子供向けに、大人が直接言うとやぼったいけれど、本当は大事なテーマを伝える、メッセージ性のある直球の作品を出してくれれば、と思う。

関連作品

『チュウリップ』（ヘンテコ冒険活劇）
メーカー：ビクターインタラクティブソフトウェア／機種：PS2／価格：6800円／発売日：'02年10月3日

昭和の下町風世界を舞台にしたゲーム。主人公は、好きな女の子と付き合うため、町の人々とチュウをして、ココロの大きな大人になることを目指す。舞台はまったく違うが、テーマは近い。

ENTER THE MATRIX

ENTER THE MATRIXで見えた！オタク世代の天才による総合メディア・マネジメント

全ての作品が完全にリンクしたゲームの中に、メディアとしての新たな境地を垣間見た！

DRAGONWAR1 プレイ時間：17時間



メーカー：バンダイ／
機種：PS2、GC、Xbox／価格：各6,800円／
発売日：'03年6月19日

映画、ゲーム単体に対しての辛口批評に異を唱える！

米国オタクの元祖、ヘンリー・ノエルが運営する映画レビューサイト Ain-it-cool.com に「マトリックスリローデッド」（以下「リローデッド」）」のレビューが掲載された際、ヘンリーが最も厳しく批判したことの一つが、「リローデッド」の冒頭に出現したマトリックス界の預言者と言われるオラクルの言葉だった。オラクルの抽象的な表現で予言されたキャラクターが映画では出現しなかったと言うのだ。これに対しモリアティという別のレビュアーは、オラクルのスピーチをシンボリックな表現であるとし、それ以上の意味はない、ということを説明した。いずれにしても、ハリウッド的法則が無視されたように見える脚本構成に困惑していたのは確かだ。

『ENTER THE MATRIX（以下『エンター』）』のゲームレビューもさまざまなサイト、媒体において、ゲームプレイの貧弱さ、映画上の主人公をプレイできなかったことでユーザーが感じうる不満などについて言及がされていた。だが、これについては、映画、またはゲーム単体でレビューするには限界があった。なぜなら、アニメである「アニマトリックス」、ゲームの『エンター』、そして「リローデッド」は連動企画、または連動商品と言うよりは、前作、次作を含めたすべての作品で、単体の作品群という色が濃いからだ。

ハリウッドの「お約束」を逆手にとった、複合メディア上のゲーム性

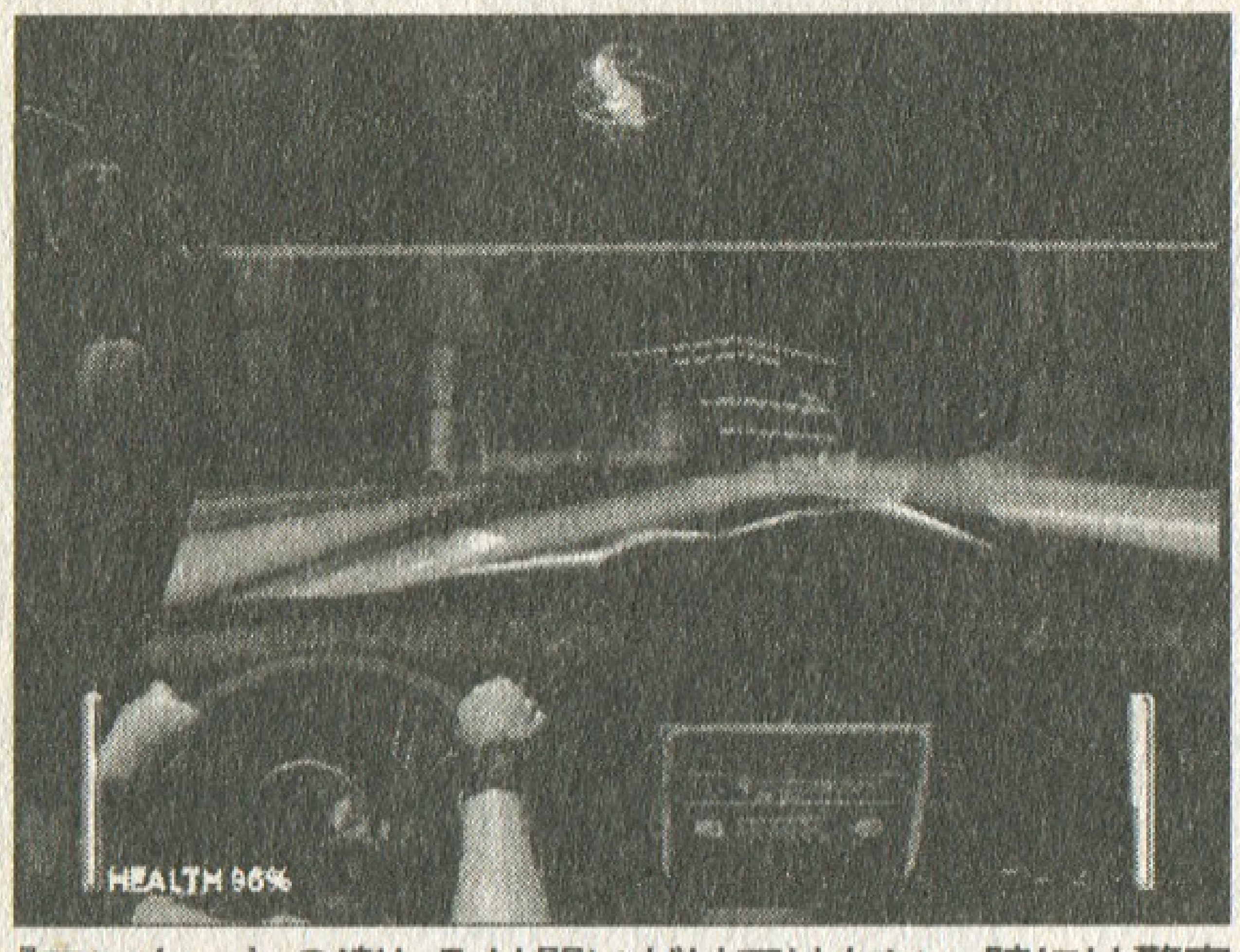
批評家によって指摘された脚本上、およびストーリー上の落ち度も、ゲームをプレイすれば実はそれは意図的だったのだということが理解できる。ハリウッドで使われている脚本執筆のテクニックで、フォーシャドウイングとペイオフという技法がある。フォーシャドウイングとペイオフとは、日本語的に言う『付箋とそこにある結末』との関係にあたるものだが、よりハッキリとそれぞれが画像または台詞などで表現されているのが、ハリウッド的手法だ（※）。これを「リローデッド」と『エンター』間で行っている場合がかなりあるのだ。冒頭で指摘された、オラクルの予言のシーンは『エンター』の中盤にあるゲームエリアにてしっかりペイオフされていたり、『エンター』の中盤における、ナイオビとパーセフォニーとのからみは、「リローデッド」のレイブシーンで繰り広げられるナイオビとモーフィアスとのからみでペイオフされているのが、それらの一例だ。つまり、ゲームをプレイしない限り、映画中の台詞に隠された本当の意味が理解できない、ということになる。またゲームと映

※代表的なシーンは『ジョーズ』における水素ボンベ。冒頭で、ブロディ署長が頭をぶつけ、その危険性を指摘された水素ボンベが、ジョーズ撃退の道具としてクライマックスで使用される。

画間にはモンタージュ理論(※)を応用した遊びもかなり存在する。モンタージュ理論は映像の断片をたくみに編集することで各断片に意図されている意味が変わってしまう、という理論だが、本作品においては、ゲームと映画の融合が、断片の組み合わせの変化を受け手の脳内で見事にもたらしてくれる。例えば、ネオにいきなりキスを求めるパーセフォニーの行動や、ナイオビの見せる表情など、映画では、抽象的、または無意味に見える振る舞いやしぐさが、ゲームプレイをすることで、非常に重要な意味を示すようになるのだ。キャラクターの位置付けに対してもゲームプレイ前と後では微妙に違った視点で考えられるようになる。オラクル、セレフ、キーメーカー、パーセフォニー、メロヴィンジアンといったキャラクターの存在意義とマトリックス界での相関関係がより明確になるのだ。時間軸では、ほぼ同時に語られているゲーム中のストーリーは、もし、「マトリックス」がTV用アニメであれば、同じ番組内で語られていてもまったく違和感がなかったであろう。そのくらい、『エンター』のストーリーは、練りこまれてある上、緻密に映画、アニメとリンクされているのだ。このストーリーテリング構成を軸としながら、映像表現、脚本テクニックを絶妙に駆使することで、ストーリーそのものを破綻させずに、「遊び」の域まで、昇華させたところが全作品を統括するウォシャウスキー兄弟の優れた才能を示唆している。まさに「マトリックス」全作品をシリーズモノ、連動企画モノではなく、一体化された作品群と見せるための絶妙なバランス感覚がそこにはある。

ゲームとのリンクで達成されるアニメ的群像劇へのオマージュ

惜しむらくは、洋ゲー的プレイ感の脱却ができなかった操作性であろうか。開発元であるSHINYは『MDK』や『Messiah』などオリジナリティ溢れるが、操作系のつめが甘いディベロッパーだが、本作でもその甘さを露呈してしまうこととなった。バレットタイム的表現は「フォーカス」という機能で忠実に再現されていたものの、アニメ的な、戦闘における「ため」のタイミングやテクニックを通常のファイティングモードで再現することは考慮しなかったように感じる。また、ミッションのほとんどをマトリックス界で行うため、ダークグリーンの基調色がゲーム全体の色調を単調にしてしまった。2時間強の映画では耐えられるが、20数時間プレイするゲームで、この単調さはつらいものがある。映画での世界観を忠実に守りすぎることの限界であろう。



『エンター』の楽しみは闘いだけではない。時には警察との火花散るカーチェイスも行われる

だが、映画ではハリウッド大作的である可能な限り単純なストーリーテリングを継承しつつも、ゲーム、アニメを利用することで、アニメ的な群像劇を語り、映像技術だけでなく、ストーリーテリングにおいてもアニメに対してのオマージュを表すことに尽力したウォシャウスキー兄弟を評価せずにはいられない。今後、年少時に「ドラゴンボール」や、『バイオハザード』、『FF』といったアニメやゲームから多大な影響を受けた、次世代のスピルバーグ、ルーカス、ジェームズ・キャメロン、リドリー・スコットが、台頭する時代がくるのだろうか? なんら違和感を感じずに映画、ゲーム、アニメを統合的にマネジメントできる人材の登場に一抹の期待と、多大なる不安を感じるのは筆者だけではないだろう。

関連作品

『.hack』シリーズ
メーカー:バンダイ/機種:PS2/
価格:各5800円/
発売日:'02年6月20日(1作目)
ゲーム、アニメ(OVA)、アニメ(TV)および漫画で壮大なネット世界「ザ・ワールド」を描いた注目作。ゲームはシリーズ累計100万本のヒットを誇る。

※フォーシャドウイングとペイオフ、及びモンタージュ理論、の詳細については、リンダジガー著、田中裕之訳『ハリウッド・リライティング・バイブル　夢を語る技術シリーズ』を参照のこと。

GAME SOFT REVIEW
ゲームソフト批評 05

VIEWTIFUL JOE

ゲームにもうちょっとハマりたい そんなライトユーザーにこそやってもらいたい

GCゆえに、子ども向けと思われがちなタイトル。だが、その中身はFC的な難しさにあふれている。

大塚雄二　プレイ時間：23時間



ジャンル：VFXアクション／メーカー：カプコン／機種：GC／価格：6,800円／発売日：'03年6月26日

今回紹介する『VIEWTIFUL JOE』（以下『JOE』）は、スローやマックススピードといったVFXアクションを駆使して戦うACGだ。

初めてこのゲームを見たとき、見た目から中身に至るまで、「すごいのが出るな」と感じた。正直に言おう。この「すごい」は悪い意味だ。だがプレイして（実際はゲーム中でも後半になってからだが）、これは良い意味に変わる。筆者は大ハマりした。非常におもしろかった。やっていることは普通のACGと何ら変わりがないのに、なぜ『JOE』にこれだけハマることができたのか？　それを中心に述べていこうと思う。

過去に出会ったFC的な難しさ

少し話がズレるが、今年で任天堂のFCが20年目を迎えたことはご存知だろう。当時のゲームはどれも難しく、泣きそうになりながら、何度もプレイしていた記憶がある。パターンがわかればどうってことはないのだが、そのパターンを見つけるまでが苦労した。おまけに一瞬の気の緩みでゲームオーバーにさせられるため、あともうちょっとという焦りがしばしば失敗の原因となることもあった。それに比べて、今のゲームが簡単になったというのも変な話だが、より一般向けの商売へと形が変わってきたため、行き詰まるようなゲームに出会うことは少ない。非常に親切丁寧なチュートリアルが付いているものや、次に何をすればいいのかを常に教えてくれるタイトルがほとんどになった。

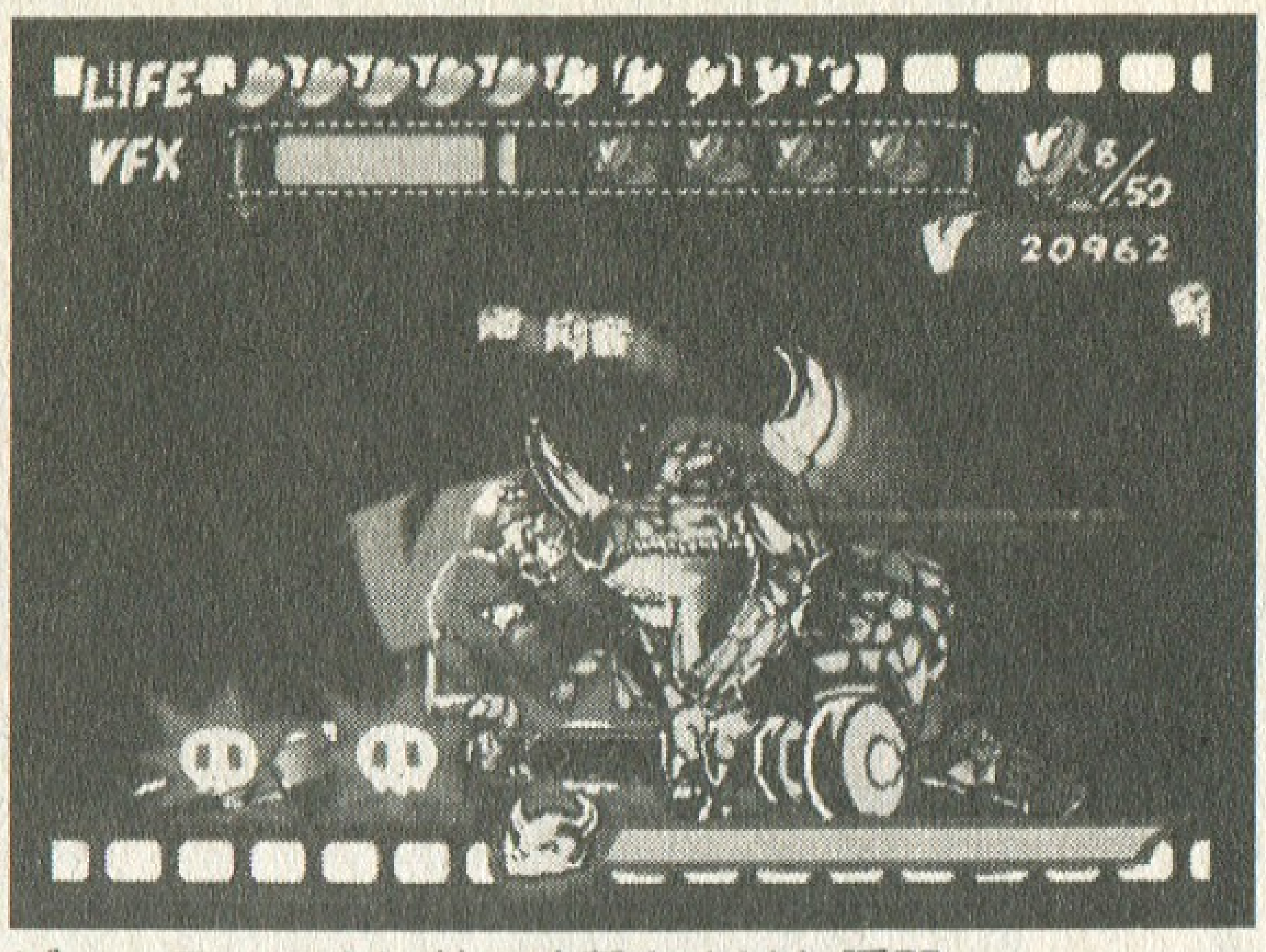
『JOE』における3つのアクションの分析

話を戻そう。『JOE』のウリはVFXと呼ばれる機能にある。似たもので言えば、『ブリンクス』の時間操作機能、『マックスペイン』などに代表されるバレットタイムと同じような機能だと考えてもらえばいい。VFXアクションはスロー、マックススピード、ズームの3つで、このどれが欠けてもクリアできない、絶妙なバランスをゲーム中に作り出している。

たとえば一番使うのがスローになるのだが、銃や砲弾を使ってくる敵に対して、通常では見えない弾の軌道を読むため、および敵の攻撃をよけるために必要となる。『JOE』ではこの「敵の攻撃を避ける」ことが非常に重要視されている。特にボス戦では、避けて敵の隙をつかないと大ダメージを与えられないため、1回目は死ぬことを前提に敵の攻撃パターンの確認と、どの攻撃が有効かを試すラウンドとなる。いつもなら、ここで死ぬことを前提に作られているゲームじゃ駄目だと言うところだが、新機能をウリにするゲーム

がハマる罠として、親切丁寧なゲームにしようとするあまり、一番大事なはずの新機能を使わなくてもクリアできるようにしてしまうことが多い。そう考えると、『JOE』の場合、VFXをウリにしているのだから、多少難易度が上がろうとも、これが正解になる。何より、戦闘後すぐにパターンを見つけることができれば、わざわざ死ぬことはないし、何よりすぐに見つかったというれしさが大きい（まぁ、1回目で攻略法を見つけることはほぼ皆無だが……）。

続いてマックススピードについてだが、VFXアクションの中で、



ビューティフルに敵の攻撃をよけた瞬間
この後が攻撃の最大のチャンスとなる

筆者はこの機能の重要性をあまり理解できなかった。プレイ中に感じたことと言えば、敵から逃げる、敵へ近づく、キャラクターが燃えたら消化のために使う、プロペラの台を上に行かせるために使う（逆にスローの場合は降りる）の4点だ。戦闘中に使う機会に遭遇したことはほとんどなかった。

これに関しては、スローが戦闘用機能、マックススピードが移動用機能と割り切って考えた。マックススピードも序盤のザコ敵を瞬時に倒したい場合は、役に立つこともあったが、後半の敵は普通に殴っていても倒せないため、戦闘中での使用はほとんどなかったと記憶している。

最後の機能であるズームに移ろう。これはその名のとおり、キャラクターに焦点が合ってしまうため、視点に若干の難を感じたが、攻撃は最大の防御と信じてやまない方には、最も重要な機能だ。特徴としては、キャラクターの攻撃力が上がること、この1点に尽きるが、スローやマックススピードと同時併用できることにも注目したい。強いて言えば、たくさんの敵に囲まれた際の、一発逆転機能だということだろう。

遊び方は無限 より上を目指す方へ

前述で紹介した機能の分析は、筆者が死にながら、覚えたやり方である。このほかにも、個々のプレイヤーならではのVFXアクションの使い方が存在する。それが『JOE』をよりおもしろくさせている要因なのだ。どんな機能にしても、使わされている感が漂ってはひいてしまうものだ。だが、『JOE』では、筆者があまり戦闘中に使うことがなかったマックススピードを駆使して戦う方もいれば、逆にスローを使わずに敵の攻撃を避けようとする方もいる。親切丁寧にこうしろ、ああしろというゲームが多い中、遊び方に答えがない。それが『JOE』の最大のウリなのかもしれない。

ちなみに筆者は『JOE』をクリアするのに、10回以上のリトライを要した。そのほとんどはボス戦だが、パターンが読めても、体がついてこなかったということがある。これには先に述べたFC的な難しさがある。やり方はわかっているのに、どうしても焦ってしまう。その一瞬の気の緩みが『JOE』では命取りになる。難しいゲームだ。だが、ただ難しいというわけではない。

だからこそ筆者は、もうひとつ上のゲームに挑戦したいというライトユーザーにこそ、『JOE』をやってもらいたいと思う。慣れないアメコミ調のグラフィックに難色を示す方がいるかもしれない。ストーリーに魅力を感じない方がいるかもしれない（筆者としてはどうでもよかった）。時間操作自体は新しくもない。だが、久しく忘れていたはずの「ゲーム」というものの楽しさ。それを感じさせてくれた1本だった。

関連作品

『ブリンクス・ザ・タイムスイーパー』(ACG)
メーカー：マイクロソフト／機種：Xbox／価格：6800円／発売日：'02年12月12日
スロー、マックススピード（早送り）だけではなく、一時停止などの時間操作も可能なゲーム。発想はすばらしかったが、作品の雰囲気が日本向けでなかったのが残念。

GAME SOFT REVIEW ゲームソフト批評 06

マックスペイン

ただの「過激な洋ゲー」ではない その奥底にある憎悪を見よ

映画的なスローモーションの銃撃戦が話題となった海外産TPS。国産ゲームとも他の海外産ゲームとも違う魅力がある。

PC版との差異

PCで日本語マニュアル付き英語版が出てからはや幾年（というほどでもないが）……ついにPS2で、待望の完全日本語版『マックスペイン』が発売された。シングルプレイのFPS(TPS)としてはありがちなスタイルながら、新システム「バレットタイム」を搭載し、さながら映画「男たちの挽歌」や「マトリックス」のようなスローモーションによる美しい銃撃戦を展開させ、海外では好評を得た作品である。その表現の過激さから国内での発売を危ぶまれたが、大きく手を加えられることなく発売され安心した。

だが、手放しで喜べないのも事実である。PS2版はPC版と比べ、少々ゲーム性が変わってしまった。本作の売りはバレットタイムにある。バレットタイムとは主人公の神経を加速させ、周囲をスローモーションにするシステムだ。自分も敵もゆっくりと動いているが、照準合わせだけは普段通りにできるので、たとえ敵に囲まれていても一人一人を狙い撃ちにできる。圧倒的不利な状況に身を投じて死のスリルを感じながら、バレットタイムで一気に状況を逆転させるところが本作の面白さだったわけだ。

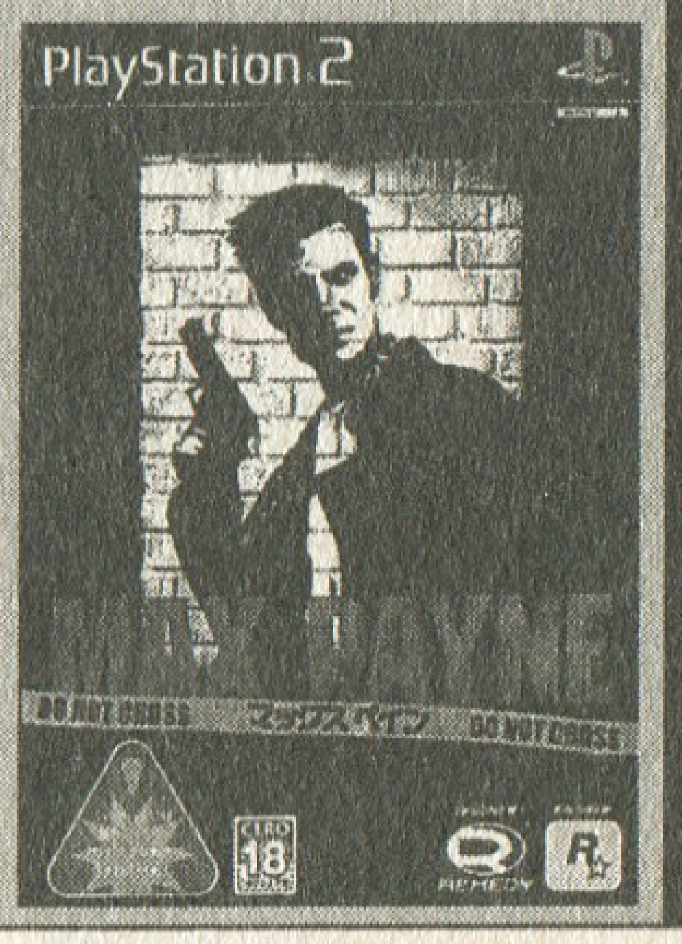
ところがPS2版では、バレットタイムが無意味なものになってしまった。

『007ゴールデンアイ』や『HALO』などの家庭用FPSをプレイしてみるとわかるが、アナログスティックではマウスのような繊細な操作ができないため、照準合わせをある程度自動化して命中率を上げてくれる。これは本来ならありがたい配慮なのだが、本作に関しては皮肉にもこの配慮がマイナスに作用してしまった。普段から自動照準で正確に敵を狙い撃ちできるのなら、バレットタイムの存在意義はない。むしろゲームのテンポを阻害する機能とさえ思えてしまう。

その結果、緊張と解放のメリハリはなくなり、『戦場の狼』のように撃ちまくるだけの大味なゲームになってしまった。しかし、そのことを責めるわけにもいかないだろう。自動照準がなければ、雑魚敵さえ倒せず蜂の巣にされるのが関の山なのだから。ただ、PS2版は『マックスペイン』本来の姿とは少し違う、ということだけ頭の片隅に置いてほしい。

残酷さや反社会性がウリではない

PS2版の欠点を挙げるときりがない。バレットタイムの問題のほかにも、ロードは長いし、自動セーブはタルいし、手榴弾で即死させられる場面も多いし……。



RD プレイ時間：18時間

ジャンル：バイオレンス・アクション／
メーカー：エレクトロニック・アーツ／機種：PS2／
価格：6,800円／発売日：'03年5月22日

しかし、それでも筆者はPS2版『マックスペイン』に深くはまり込み、最後まで一気にプレイした。長いことゲームマニアを続けていたり、仕事でゲームをやっていたりすると、どうしてもある種の義務感や倦怠感にまとわりつかれ、ゲームから刺激を感じなくなるものだが、本作をプレイしている間は指先と脳にビシビシと刺激を感じた。まるで忘れかけていた何かがよみがえってくるようだ。この刺激はどこから来るのか？

本作は残酷で反社会的なゲームだと思われている。ゲーム中ではリアルな銃器が登場し、過剰なほどに敵を倒し、流血表現があり、しかもストーリーにはドラッグやマフィアが絡んでくる。おまけに海外ではあの『GTA3』と同じブランドで発売されているとなれば、ひどく残酷で反社会的なゲームだと思われても無理はない。

だが、本作は他の洋ゲーと比べたらむしろおとなしいほうだとも言える。確かに本作では銃を撃ちまくって人を殺しまくっているが、血肉が吹き飛んで人体がバラバラになるわけではないし、また一般市民や警官を虐殺するわけでもない。麻薬絡みで妻子を殺された元警察官が潜入捜査官としてマフィア内部に入り込み、警官殺しの凶悪犯の汚名を着せられながらも組織の黒幕を追うという、典型的な復讐劇である。取り立てて反社会的だと非難を加えるほどのものではない。むしろ伝統的な勧善懲悪のストーリーだと言ってもいい。

残酷表現が刺激的なわけじゃない。反社会的な行為が刺激的なわけでもない。本作の強烈な刺激の元は、主人公が抱く憎悪だ。

主人公マックス・ペインは悪党に対して容赦がない。マフィアやヤク中の連中など、命乞いをしようともぶちのめす。少年マンガやアニメのヒーローとは違う。マックスは決してクズどもを許したりはしないのだ。

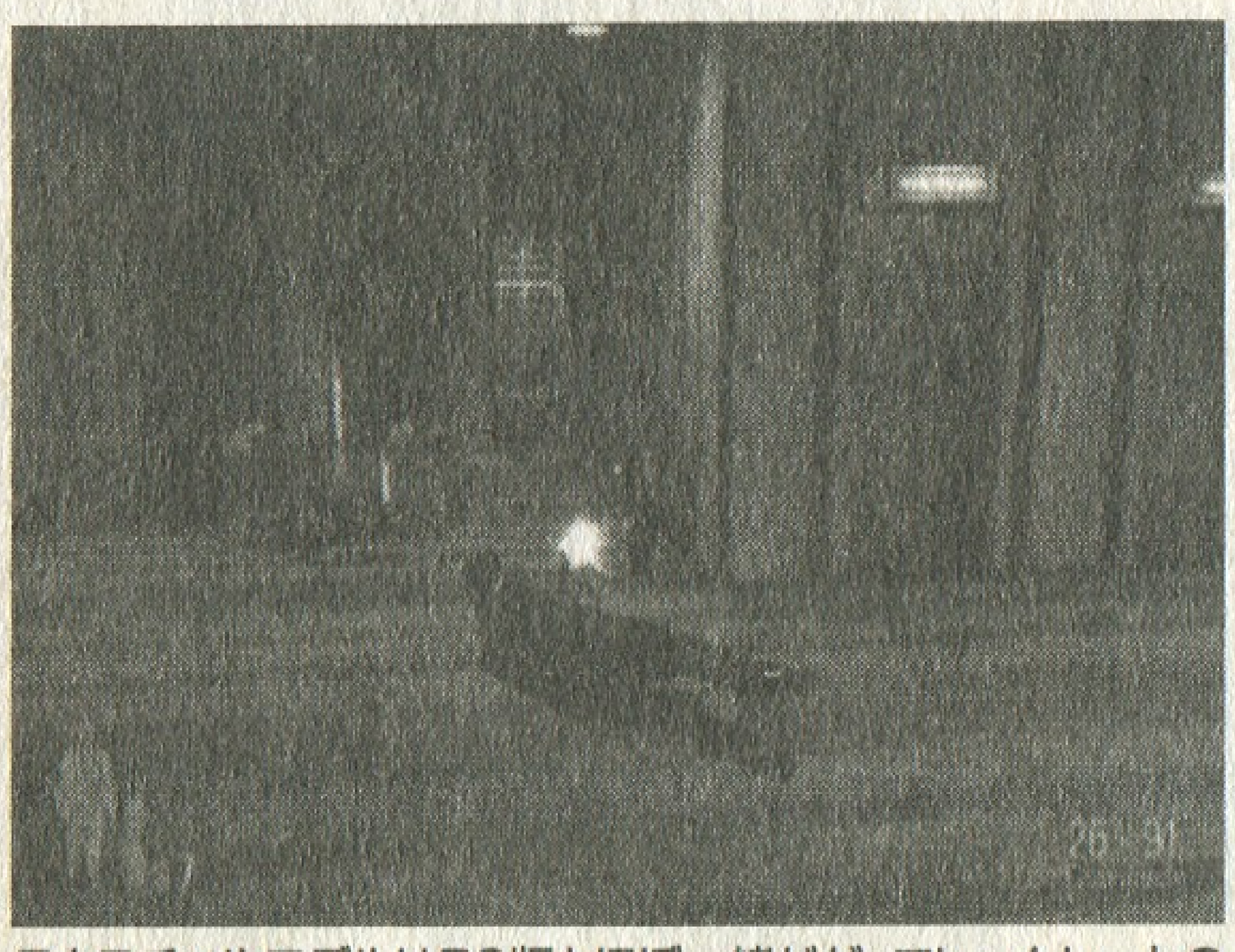
時には悪夢にさいなまれることもある。かつての暖かい我が家が血にぬれた迷路となり、泣き叫ぶ妻と子供の声がいつまでも耳に残るような、そんな悪夢の中にいてもマックスは前進することをやめない。ちんけなドラッグディーラーだけでなく、マフィア全体を敵に回し、ニューヨーク中の警察官に追われる身となっても、マックスは立ち向かっていく。正義なんて手あかの付いた言葉を振りかざしたりはしないし、青少年が抱くようなお悩みに振り回されることもない。頼りになる仲間との出会い？　美しいヒロインとの淡い恋？　そんなものがあるわけない。ただ己の憎しみをたぎらせながら、両手に持ったサブマシンガンの引き金を引き、悪党に100発もの弾丸を食らわせる。

それが『マックスペイン』の世界だ。

これだよ。こういう刺激を求めていた。激しい憎しみに突き動かされるマックスそのものが最大の刺激物であり、彼の復讐を成就させることこそがプレイヤーの喜びとなる。こんなゲームがやりたいと常々思っていたんだ。激しい銃撃戦もバレットタイムも、すべては憎悪を叩き付けるためのお膳立てにすぎない。

黒いゲームだ。だが、そんなゲームがひとつくらいあってもいい。本作の完全日本語版が発売されて本当によかったと思う。日本語でなければこれほどのめり込むこともなかった。

抑えがたい憎悪と復讐に彩られた『マックスペイン』は、ある種の人々には忘れがたいゲームとなるだろう。



テクスチャやモデルはPC版とほぼ一緒だが、フレームレートの低さが気になる。PCやXboxでも日本語版が出ていれば……

関連作品

『Grand Theft Auto Ⅲ』（ACG）
メーカー：ズー（日本語版発売元）／機種：PC／価格：6980円／発売日：2002年6月28日

ギャングの一員としてヤバい仕事を請け負い、組織の頂点へと登り詰めていくクライムアクションの代表作。その過程では一般市民や警察官を殺すことさえ許されている。近々、日本語版が発売予定。

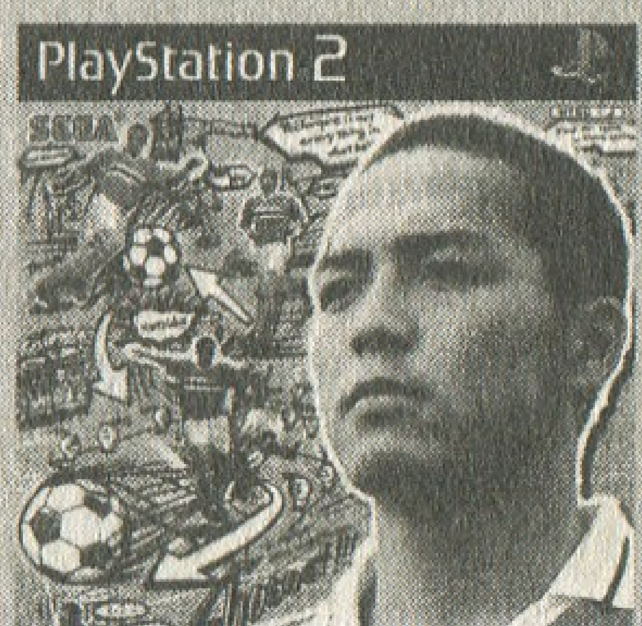
GAME SOFT Review ゲームソフト批評 07

J.LEAGUEプロサッカークラブをつくろう!3

制作者が意図する思惑がユーザーのためになるとは限らない

サッカーマニアがプレイして感じた戸惑い。『サカつく』マニアがプレイして感じた不満点。

藤原修二 プレイ時間:80時間／大塚雄二 プレイ時間:92時間

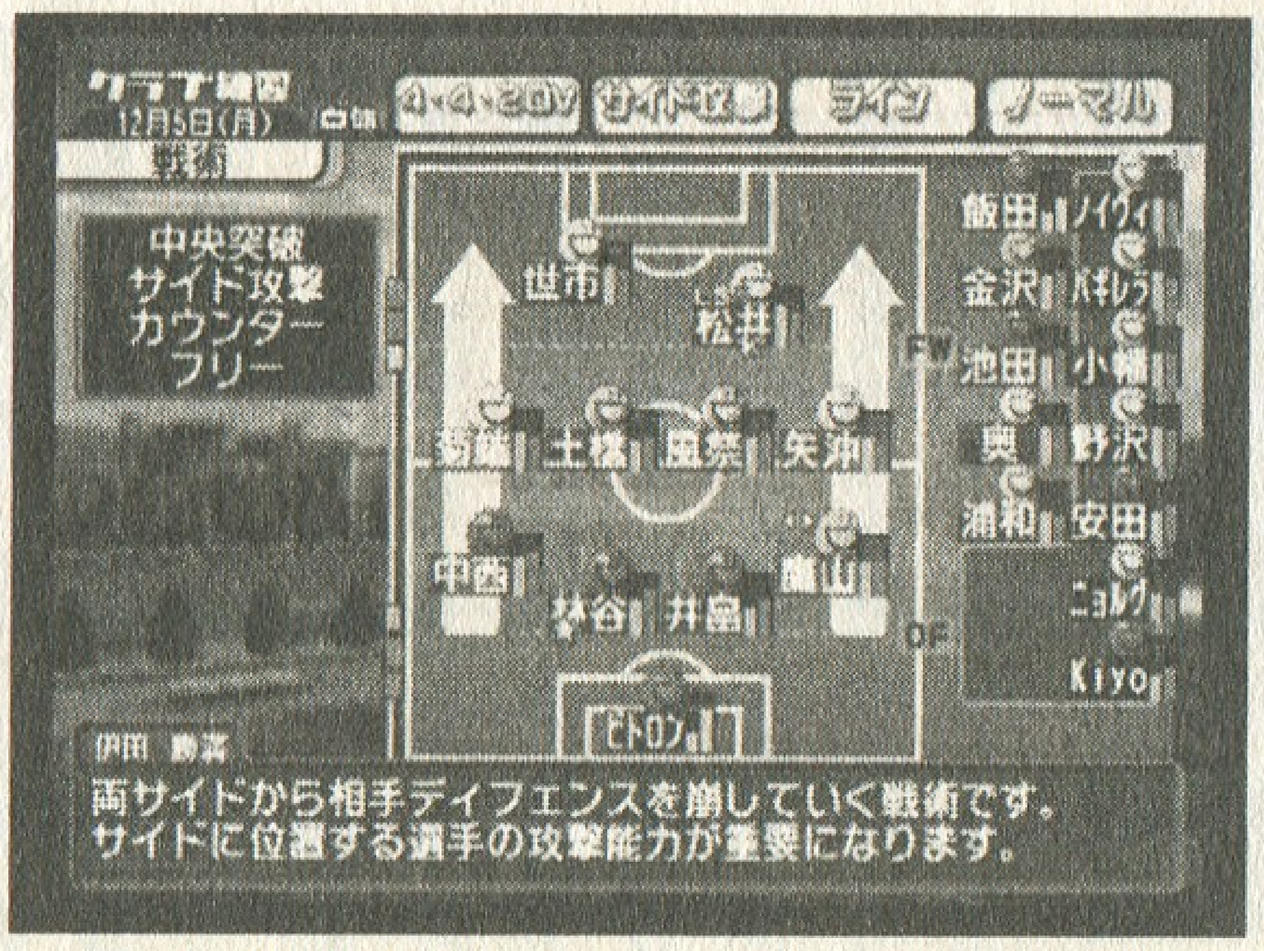


ジャンル:スポーツ育成シミュレーション／メーカー:セガ／機種:PS2／価格:6,800円／発売日:'03年6月5日

サッカーマニアが初めて触る『サカつく』

どこから手をつけたらいいのかわからない。初めて『J.LEAGUEプロサッカークラブをつくろう!3』(以下『サカつく』)をプレイしたときの、率直な感想だ。

コマンドひとつひとつの意図、そして結果については推測できる。だが、数ある育成・強化コマンドの中でどれが一番重要で、どれくらいのお金を使えばいいのか?そして何より、選手は誰を使えばいいのか? 筆者はこのゲーム自体は初めてだが、昔から平日・土日問わずCS放送でサッカー三昧の重度のサッカーマニア。海外、J1はおろか、J2の選手だってそこそこ知っている。だが、初期で使える選手はすべて架空選手。このメンバーに適した布陣・戦術・練習方法は何か。すべてが手探りだった。軌道に乗ったのはチ



一人一人、細かくパラメーターが決められた選手たち。プレイの仕方によって成長幅が大きく変化したりする

リセット推奨ですか!?

バグが……というのはもうやめよう。もう5作以上やっているシリーズなのに、なくならない。なくす気もないのかもしれない。

ならば、中身がしっかりしていれば、とも考えたが不満は大きい。特に選手の年棒だ。初めこそ、Jリーガーは数千万円台で雇えるが、年がたつにつれ、7億とか、下手をすると10億も要求してくる輩がいる。Jリーガーに数億なんて……。

確かにゲームだからと割り切ることはできるだろう。世界レベルまで育つ選手(たいていのJリーガーはそうなる)をそろえて設備も整ってくれば、1年に100億以上稼ぐのは簡単になる。だが、契約交渉が重なると100億使うこともあるので、あまり気休めにはならない。おまけに選手を指定して獲得しようとする場合、名前の知られているような選手は、移籍金を最低でも50億以上用意しなければ、振り向きもしてくれない。こういうことが重なると、金銭的にピリピリしてくるため、事前セーブをやりたくなってしまう。

だが、移籍金は余裕がなければ取らなければいいだけなので、特に問題はない。確実にリセットを要求されるのは、やはり年末の契約更改だろう。駆け引きがなさすぎる、と言えばいいのだろうか。

ームをやり直すこと3回目である。そうやって進めていくのがゲームとして当然……なのはわかるが、それでも情報量が多すぎる。雑誌やネットで情報を入手する人にとっては問題ないのだろうし、今の時代はそれがゲームを遊ぶ人にとって当然なのかもしれない。だが、どこか不親切な感は否めない。

しかし、その最初の壁さえ乗り越えればサッカークラブの理想のひとつである「地域社会と密着した、世界レベルのクラブ」への道が広がってくる。しかも、選択肢は広い。前述した情報量の多さも、メリットへと変化するのだ。

サッカーは「正解のないスポーツ」と言われる。平坦ではないフィールドで、手よりもはるかに不自由な足を使い、体を激しく動かして走り回る不安定なスポーツ。しかも試合はほとんど止まらず動き続けるため、コーチなどによる熟考された戦略も大事だが、それ以上に瞬間的な選手の戦術＝発想が試合を大きく左右することが多い。偶然性が高いのだ。リーグ戦などでは難しいが、1試合だけならジャイアントキリングも珍しくない。ボールひとつで始められる手軽さもあるが、完璧なチームがありえないことも、世界中で楽しまれてきた理由のひとつなのだ。

そのことを『サカつく』では味わうことができる。

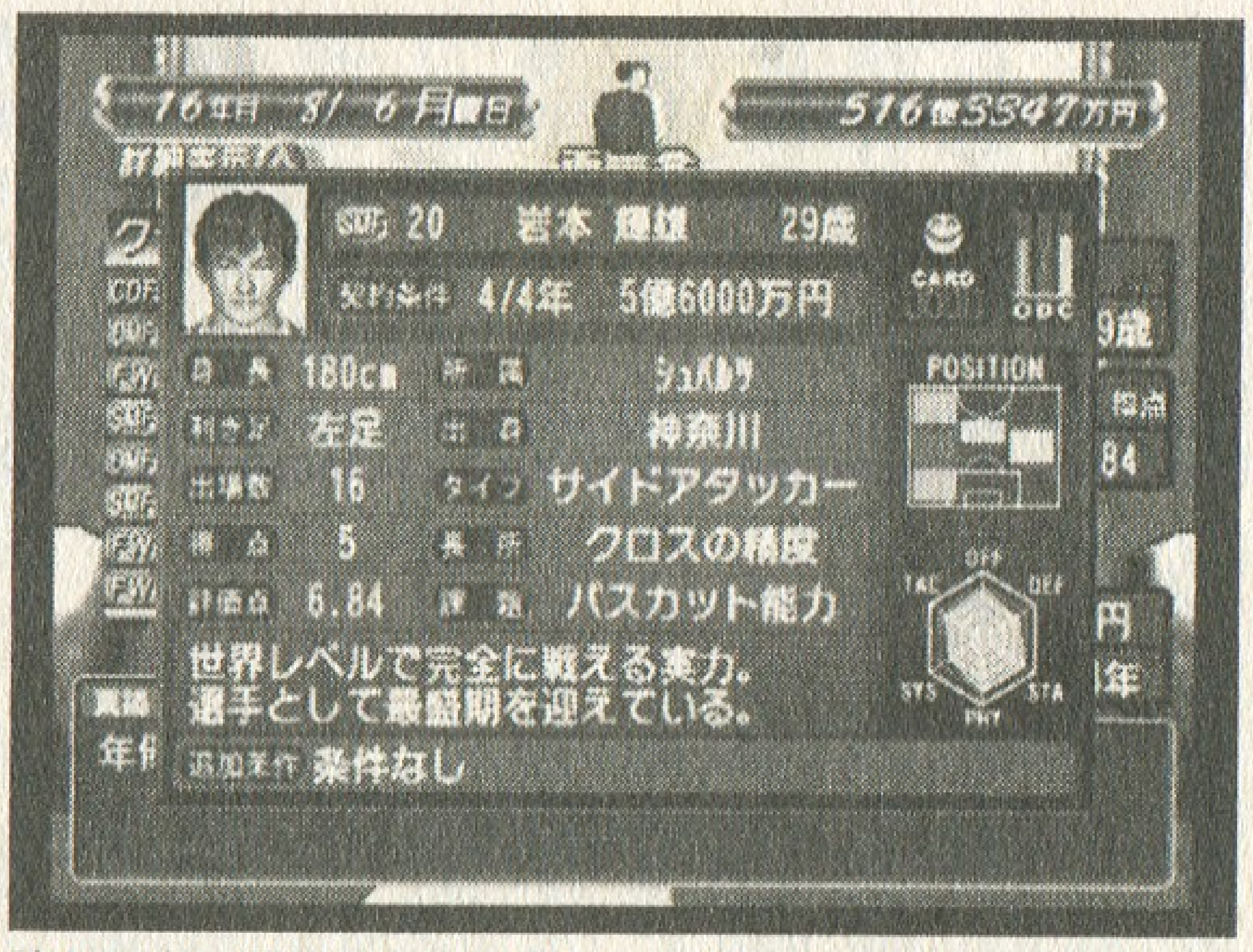
どんな選手を使っても、どんなシステムを使っても、どんな戦術を使っても、どんな田舎チームでさえも、地道にやっていけば必ずJリーグチャンピオンに到達できるのだ（さすがにそこから上はちょっと難しいが……）。絶妙のバランスと言えるだろう。

だからこそロードの長さ、ちょっとしたシステムのぎこちなさ、そして導入部分の説明不足がもったいない。サッカーマニアが試行錯誤するためのデータはそろっている。あとは快適な環境のみだ。

関連作品

『グランツーリスモ』(RCG)
メーカー：ソニー／
機種：PS／価格：5800円／
発売日：'97年12月23日

環境マッピングによる斬新な映像も強烈だったが、マニアも唸らせるほどのデータ量、絶妙のゲームバランス、そしてそれらを遊びやすくするためのシステムと、全てが完璧。レースゲーム初のミリオン達成につながった。



確かに良い選手だとは思うし、実力もあるんだろうけど、あくまで国内レベルのはず。何億も求められると正直萎える

たとえば、10年以上在籍しているチームで、いくら年棒がかみ合っていないとはいえ、普通は愛着もわいて、多少は譲歩もあるだろう。だが、5千万アップ→失敗、1億アップ→失敗、2億アップ→失敗……一体どうすればいいのだろうか？ 事前セーブなしでは、怖くて契約更改には臨めない。

もう言ってしまおう。バグ以上に問題なのは、リセットなしでは怖くてできないゲームバランスの悪さだ。常識で考えれば、ハリー・キューウェル（※1）の倍額を岩本輝雄（※2）がもらうことはありえない。だが、『J.LEAGUEプロサッカークラブをつくろう！』（以下『サカつく』）シリーズではそれが普通に行われる。偏らないように能力の差を縮めたためと言うかもしれないが、むしろ縮めなくていい。これは前から考えていたが、いくら能力的に差がなくても、Jリーガー相手に何億と払う違和感のほうが絶対的におかしく感じるのだ。何のために限界突破留学（能力の上限が上がる）があるのか？ 救済処置は用意されているのに、それがうまく生かされていない。

今回の『サカつく』はソフトリセットができない。それはリセットを行ってほしくないという配慮と受け取ることもできるが、なしでは怖くてできないというのが本音ではないだろうか。

関連作品

『ワールドサッカーウイニングイレブン6ファイナルエヴォリューション』(SPG)
メーカー：コナミ／
機種：PS2／価格：6800円／
発売日：'02年12月12日

『ウイイレ』シリーズ、現状での最新作。経営ではなく、自分で動かしてやるタイプ。1作ごとに、確実に現実の人間の動作に近づけてくるのには、驚かされる。

※1 イングランドプレミアリーグ「リヴァプール」（今季から）に所属する、オーストラリア代表選手。
※2 J1「ベガルタ仙台」に所属している。日本代表では10番を背負ったこともある名選手。

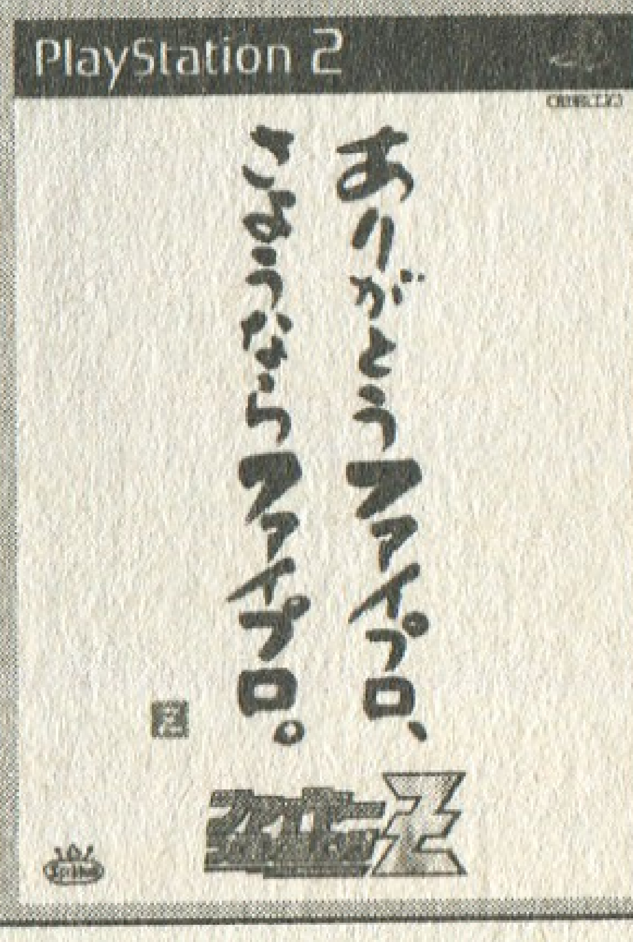
ファイヤープロレスリングZ

ありがとう『ファイプロ』劇場 さようなら「妄想のリサイクル」

一切興業団体のライセンスをとろうとしないアバウトさ。ゆえに、「ありえない」展開が、大まじめに成立する。

多根清史

プレイ時間：50時間



ジャンル：2Dプロレスゲーム／
メーカー：スパイク／機種：PS2／
価格：6,800円／発売日：'03年6月5日

ド真ん中の同人ゲーム

野球ゲームが進化すると「複雑」になるのに対して、プロレスゲームは時を追うごとに「ややこしく」なっていく。個々のレスラーは持ち技も増えるしケガも負う、新人もデビューする、興業団体もできたり潰れたり、大量に人材が引き抜かれたり、代表が選挙に出馬したり。これだけでも怒濤の騒ぎなのに、総合格闘技という〝外敵〟が押し寄せ、「プロレスラー最強伝説」が紙クズになる始末。

『ファイヤープロレスリング』（以下『ファイプロ』）シリーズは、こうした混迷をレスラーさながらに受け切り、ファンの心をとらえてきた。1．基本の格闘システムはおんなじ、2．データを増やす、3．いないレスラーは「エディット」で作ってもらう。以上、方法論はたったの3つ。

ちょっと見には、各種の『ファイプロ』は「データを入れ替えた年次バージョン」と思えてしまう。けれど「15年間にわたり約200万本」は、コナミの『ウイニングイレブン』なら2本で達成できる成績だ。単純に年数で割ると、1年あたり14万本弱。これは「同じ人たちが15年買い続けた」といった仮定に、なま暖かいリアリティを与えている。

だからこそ、困難をやり遂げた、と言える。15年もの間、プロレスは〝格〟を下げ続ける長期低落スパイラルに陥っていた。テレビ放送は夜8時のゴールデン枠から深夜へと追いやられ、「闘魂三銃士」や「四天王」以降の新人は顔さえ覚えてもらえない。

ひっきょう、ゲームを買うほど深くかかわれるのは、意識して、無理して追っかける人たちだ。こうした閉じた「箱舟」に、延べ200万人も乗ったのだから、やれ「最初から完成度が高かった」とかいう、「惰性」をきれいに言い換えた表現では、積もりに積もった情念が汲みとれていない。ほかにも『キングオブコロシアム』など、システムだけは「Fの遺伝子」を受け継いだゲームはあるんだし……。

表向きの「ド真ん中」路線を語っても、『ファイプロ』の根っこは見えやしない。裏側に回り込むと、このゲームはすこぶる「どインディ」だ。業界きってのNo.1なのに、一切興業団体のライセンスを取ろうとしない。ほかのスポーツゲームが大金を積んでも「実名」にこだわるのを横目に、「うちは同人ゲームです」と開き直っているさまはすごみさえ感じる。

そうしたアバウトさのおかげで「全団体の交流」はいち早く実現された。『餓狼伝』や『グラップラー刃牙』のような「ぼくの考えた最大トーナメント」が自宅で遊

べたり、永遠に再戦の機会が失われた「猪狩寛治VSマウント斗場」（脳内でリネームしてください）を何百回も組んだり。NOAHやZERO-ONEのお墨付きゲームより、メジャー感が漂う皮肉！

そろそろ『ファイプロ』の正体を言おう。それは、「妄想のリサイクル工場」だ。

「妄想のリサイクル」の終えん

「リサイクル」というからには、先に原料がなくてはならない。日々、現実の世界からマッチメイクや因縁が注ぎ込まれることで、『ファイプロ』工場も運転ができる。そして今作『Z』に至って終了宣言が出されたのも、2D格闘の古さとかは、取るに足りないほど小さい。「妄想のもと」を供給するしくみ、つまりマット界や総合格闘技の流れが、ゲームを追い越したのである。

1作目の『ファイプロ』が船出した'89年は、プロレスはすでに下り坂にあった。アントニオ猪木も実力のピークを過ぎ、「格闘王」と呼ばれた前田日明が率いるUWF軍団は新日から独立。その後、UWFはさらにUWFインター、リングス、藤原組→パンクラスへと四分五裂し、豊かな総合格闘技ブームの種をまいたのと引き換えに、プロレスから「最強」の二文字を奪った。

一方、ゲームの方面には、願ってもない追い風が吹いた。「体の大きな人が死にそうな技を受け止める」ガマン比べに我慢ならなくなった新団体たちは、プロレスの競技化＝ルール作りにこだわった。そこには戦いの「思想」が色濃く結晶するから、交流はますます難しくなる。見えない壁を越えられるのは、すべての選手を偽名で出場させる「同人ゲーム」だけだ。

そして「プロレス最強」を背負った高田延彦が、ヒクソン・グレイシーに惨敗を喫した『PRIDE1』までも、『ファイプロ』はたくましく栄養とした。今度は、まったくプロレスの側に歩み寄る気がないどころか、ルールをごねることを得意技とするグレイシー一族を〝制裁する〟ツールとして。

『ファイプロ』はウソを付き始めたのか？ 決してそうじゃない、「ありえないif」のかたちが変わったのだ。前は「実現不可能な対戦カード」だったのが「60分一本勝負・フォール制に付き合うヒクソン」へと移ろったにすぎない。

組技が中心の『ファイプロ』では、ミルコ（ミクロ・プロポリス）×永田（阪田 祐次郎）が、手四つに組み合う。そんな展開は天地がひっくり返っても「ありえない」のを、現実のハイキック一発KOを見た人なら知っている。総合格闘技のかけひきは「相手の良さのつぶし合い」であり、わざわざ敵の得意な間合いに入ってやるお人好しはいない。ところが「ミルコにナガタロック」が大まじめに成立するのが、『ファイプロ』劇場というところだ。



ゲームの中では、ミクロに脳天をやられる阪田。『ファイプロ』劇場ではさまざまなケースも楽しめる

このように『ファイプロ』の生命線をつないだのは、ルールの違いと団体の枠という2つの不自由だった。しかし、もはや古代ローマのコロシアムを超える現代のショウビジネスは、聖域の存在を許さない。全日と新日の交流試合ぐらいは珍しくもないし、K-1とPRIDEの境界もぼやけてきた。汝、見たいカードを告げよ。さらばリング上に叶えられん。

『Z』の引き際は、鮮やかで賢い。もっとも、プロレスラーの引退宣言ほど、アテにならないものはないけど。

関連作品

『オールスター・プロレスリングII』（SPG）
メーカー：スクウェア／機種：PS2／価格：6800円／発売日：'01年10月24日
新日、NOAH、ZERO-ONE公認のプロレスゲーム。3Dなので動きもそれなりにリアルだが、移籍の激しいプロレス業界。今となってはメモリアルゲームか……。

GAME SOFT Review ゲームソフト批評 09

メック　アサルト

ヌルいゲーマーお断り まさに「洋ゲー」的な難しさ

複雑な操作を要求されるが、慣れてしまえばこっちのもの 敵の思考ルーチンが賢い本格派シューティング。

ハーピー吉村　プレイ時間：24時間



ジャンル：バトルメカアクション／メーカー：マイクロソフト／機種：Xbox／価格：6,800円／発売日：'03年6月12日

『メックアサルト』と『鉄騎』の酷似性

何だか最近、元気がないとしか言いようのないXboxですが、DCよりリリース本数が少ないというのはどういうコトなのでしょうかネェ？

さて『メックアサルト』（以下『MA』）、PCゲームではかなりメジャーなロボットアクションゲームなのですが、今回は移植ではなく、新シリーズとしての登場。

FPS視点ではなく、バッククォータービュー（『マリオ』シリーズや『トゥームレイダー』シリーズのような視点）なので、イメージ的には『アーマードコア』や『バーチャロン』のようなハイパースピード・ロボットアクションゲームを連想しがちですが、プレイした感覚は、むしろ『鉄騎』のような重機的ロボットアクションゲームといった感じでしょうか。

しかし、同じXboxで『鉄騎』と同じようなゲームをリリースするとは「いったい何を考えているのだね、ゲイツ君」とMSに聞いてみたい気がするのだが、まあ、そこら辺がメジャー志向のゲームばっかりリリースしているPS2との違いということなのでしょう。

でも考えてみると『アーマードコア』と『バーチャロン』はPS2ソフトなのだから、それに対抗してXboxソフトとして『鉄騎』と『MA』があるのは、マニアックなXboxらしいと言えば、そうとしか言いようがないですな（シェア的にはムダにバリエーションが多いともいえるが……）。

『MA』と『鉄騎』を比較すると、一見似たようなコンセプトのゲームに見えるけれど、実際のプレイ感覚は、かなり違う。専用コントローラを使って、コクピットビューで操作する『鉄騎』に対して、汎用コントローラを使ってバッククォータービューで操作する『MA』。こう書くと『鉄騎』より『MA』のほうが、より安易な操作性を実現しているように感じるが、実は操作自体は『鉄騎』のほうが容易に操作することができる（実際の自動車の運転より、ラジオコントロールカーの運転のほうが難しいのと一緒）。

確かに『鉄騎』コントローラは操作に慣れるまでに時間がかかるが、操作すること自体が楽しい。それに対して『MA』はコントローラの操作に慣れるまでの時間は苦痛でしかない。ここらへんの感覚の違いは、まさに日本製ゲームとアメリカ製ゲームの違いなのだろうか。

さらにプレイを進めると、この違いが如実に現れてくる。『鉄騎』がロボットシミュレーションゲームだとすると、『MA』はロボットシューティングゲームなのだ。『鉄騎』がミッションごとに機体

の武装をカスタマイズして任務をこなす戦略性があるのに対して、『MA』の機体は固定武装（ビーム系・弾道系・ミサイル系の3種類）を、フィールド上に散らばっているアイテムで強化する。しかし、その強化した武器を次のミッションに持ち越すことはできないという、まさにミッションクリア型シューティングゲームの展開になっている。

操作に慣れるまでがこのゲームの山場

『MA』の特徴は、とにかく「洋ゲー」的な難しさにあるのではないかと思う。何より操作が煩雑なのである。左レバーで前進・後退・左右ステップ、右レバーで上下・左右旋回をしてエイミング操作をするのだが、左右の親指の指先だけで微妙な操作をすることが、こんなに難しいとは！　しかも左レバーを押し込む操作で、ジャンプジェットもしなければならない。（当然、右レバーの押し込みで操作する機能もある）

左トリガーで武装選択、右トリガーで発射というのも、初期の頃は非常に混乱する（A・B・X・Yボタンでも武装選択・発射はできるのだが、右レバーを親指で操作しながら、ボタンを押すことができる人がいるのだろうか？）。

その上、敵が硬い（敵メックどころか、戦車やヘリコプターまで一撃では破壊できない）ので、常にヒット&アウェイで動き回らなければならない。しかも序盤戦でもミッションのクリア条件が「敵すべての殲滅」だったりするので、かなり激しい戦闘を経験することになる。

複雑な操作性と大味な設定で、ヌルいゲーマーを拒否する姿勢はまさにアメリカ〜ンなゲームといったところなのだろうか。


戦車は複数台で襲ってくることが多々あるため、ある意味一番の強敵といえる。

しかし、いったん操作に慣れてしまえば、『MA』はかなり面白いゲームとなる。重機的な動きしかできなかった機体を、複雑な操作をこなすことによって流れるように動かすことができるようになると、ゲーム難易度がガラリと変わる。ミッションクリアは簡単にはならないが「こんなのできネーヨ」というレベルから「まあ、何とかなりました」というレベルにはなってくれる。

そこら辺のゲームバランスは実に絶妙になっている。敵メックは遮蔽物を盾にして攻撃してくるし、砲台は射程距離ギリギリから攻撃してくる（敵の思考ルーチンが賢いのはスゴイなあと思う反面、実際にプレイしていると実に腹立たしいコトでもある）。

特に後半戦終盤になると、激しい戦闘に次ぐ戦闘でボロボロになりながら、最終面をクリアすることになる。その割には呆気ないエンディングには呆然とするが、このゲームにかんしては、そこで終わりではない。ネットにつなぐことによってオンラインで遊ぶことができるのである（そのせいか、オフラインでは、ひとつのミッションを除き、徹底的に一人で闘わせられることになる）。

『鉄騎』をプレイしてから『MA』をプレイすると、このゲームは本当に「洋ゲー」としてのテイストを存分に味わうことができますな。歩兵を踏みつぶすと血煙とともに霧散するし、建物は徹底的に破壊できるし……。

でもロボットのデザインが、かなりヒドイのはどうにかなりませんかね？　自分の乗る機体の性能が上がっていくのはウレシイけど、だんだんトランスフォーマーみたいになっていくのはちょっとなあ……。

関連作品

『鉄騎』（ACG）
メーカー：カプコン／機種：Xbox／
価格：19800円／
発売日：'02年9月12日

ビューポイントからすると『アーマードコア』や『バーチャロン』なんだろうけど、動き方と方向性はまさにアメリカン『鉄騎』。オリジナルはもちろん『メック』シリーズなんだろうけど、国民性の違いってスゴイなあ。

GAME SOFT REVIEW
絵で見るゲームソフト批評

モンスターゲート大いなるダンジョン～封印のオーブ～

脳みそホエホエ　プレイ時間：25時間

ジャンル：RPG／メーカー：コナミ／
機種：GBA／価格：4,800円／
発売日：'03年6月12日

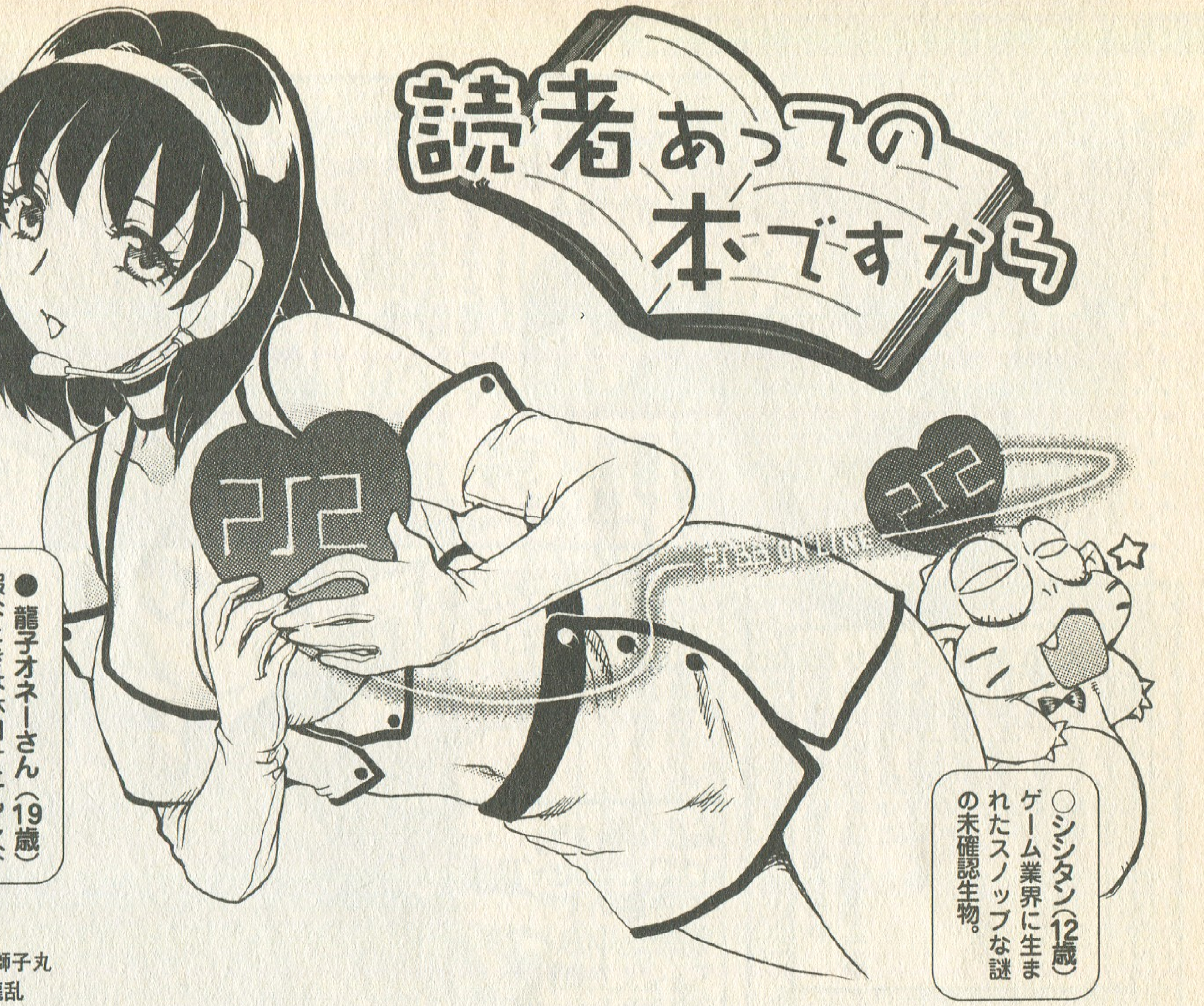
AC版では散財させられてしまったアナタ。このGBA版で腕をみがいて、再度ACに挑戦してみてはいかがでしょうか。






では
GBA版のウリは
何かというと
遊びやすさだと思います
アーケード版ではカードに記録していつでもやめることができる
まず
『モンスターゲート』の
もうひとつの魅力の
お手軽さが
携帯ゲームのお手軽さと
ピッタリあっているのですよ
GBA版でもどこでもセーブできるので電車の中などでちょっとした時間遊ぶのにいい!!
それにストーリーモードや
かわいいイラストのキャラや
難易度の下がった
システムに関しても
低年齢層などへの
間口を広げると
思えばゲームボーイで
出したのにも納得
できる気がします
とはいえ
ゲーム自体は
けっこう難しいです
後半は理不尽なくらい
集団で出てくる敵とか
つらすぎです
その内後からも敵がおしよせてきて(泣)
わら わら わら わら
同人イベントの人気サークルのごとく(笑)
ここだけの話
死にそうになったら
リセットして
やり直した回数
数百回……
GBAはちょうどいい
ところにスイッチが(笑)
楽しみ方としては
GBA版で腕を
みがいてアーケード版に
チャレンジってのが
いいんじゃないかな?
GBA版は入門編
ガーーン
エントリーカードだけ買って始めてしまい最初のダンジョンに入れなかった人(苦笑)
ACと違って
何度やり直しても
お金が掛からないのも
うれしいところですね

読者あっての本ですから



●龍子オネーさん（19歳）
暇なときは休日ナニもしないくせに締め切りが近づくと俄然ゲームに手が伸びる微妙なお年頃。

○シタン（12歳）
ゲーム業界に生まれたスノッブな謎の未確認生物。

本文：がっぷ獅子丸
イラスト：飛龍乱



あまりの深刻さにでんき予報が放映中です



●いやーまたもや編集部が一新致しまして、今回も留年組のオネーさん、実際超複雑な気分です。いい加減老兵は去るべきではないかという考え方もありますのでいっそ読者コーナーも総入れ替えするベキかという気もしたりしなかったり。今後の方針については涼しくなってから考えますので読者様から斬新なアイデアを募集しちゃいますよ〜〜〜と。しかし今年の夏は発電所の関係上、電気が心配なので、クーラーつけるかゲームやるか2択をせまられる事態にもなりかねないかという気も。



○ケッコウ熱持ちますからねーゲーム機って。シタンこないだパンツいっちょで膝にPSone(液晶つき)載せて遊んでたら低温ヤケドしそうになりマシタ。

●アンタ、パンツはいてたの!?

■知らないことばかりなんですが、編集の人達の給料は販売部数によって変わるのですか？　だから卒業する編集の方が多いのかなと。

（尾道市　ぶんちゃ）

○それは知らなくていいコトというより知らなくていいコトだから。

●モー娘。もそうですが「卒業」という綺麗な言葉では割り切れない部分ありますよね〜。

■これからも編集方針を尊重し、いつの日か訪れる廃刊（休刊？）記念巻頭カラー特集「逝ってよしゲーム批評」が載る号まで、死ぬ二、三歩手前ぐらいの努力を期待しておりますので、ぜひよろしくお願いします。

（大阪府　シャア専用ザザーン）

●35にもなってンナコト気にしてないでなんだから就職せいよ。

○ホント何故この本の読者はこんなに無職率が高いンでしょうカ？

■今回の「特集」も前回と同様、批判がたくさんきそうですね。（自分はこういう「特集」好きなんですけどね。ジャンルは違えど同じゲームだし……）

（茨城県　ちこく大王）

○イヤ、ケッコー好意的デシタ。

■（前号を）買うのが恥ずかしか

った……エロはこっそり見るのがいいのであって、堂々とやられちゃ悪趣味に感じます。

（北九州市　カゼ・イユン）



○シシタンも「エロはこっそり」については激しく同意見デス。きっちり売り場を線引きした上で買いやすい環境というのが理想的ナンデスけど、やはりエロを買うとき、心の片隅に一片の恥じらいも無くしたら、人間終わりじゃないかと思うんデスヨ。ヤッパリ。

■やっぱりやめられないオタク人生、オタクになったキッカケはそれぞれだと思う。それが知りたいなと思った。

（神戸市　おやてん）

○ちなみに獅子丸先生は、周りがすっかり冷めているのに未だ自分がサンバルカンを毎週みているのに気づいたのが、「他の人と何か違う」と自覚した瞬間でシタ。

■エロゲーとは18禁ゲーのことなのだろうが、18禁である内容は、エロだけではないと思うのですが？　この辺の区別をしてもらったほうが良かったと思うのですが……。風野春樹さんの分析は鋭かったと思います。

（埼玉県　まいいち）

○コンシューマソフトの年齢区分マークも随分浸透して来ましたケド、要は大人のチューと子どものチューの区分などの線引きで、ボードゲーム等の玩具についてる対象年齢表示とは意味が違いマス。全年齢対象ソフトの企画や難易度含めてちっさい子に向いてるかどうかまで責任もってないンデスよネ。

■よくゲーム誌には（ゲーム批評も）ベスト版をいらない物としてまとめておられますが、数ヶ月前にPS2を買った私には、そういった廉価版がなかったらPS、PS2のソフトの数は半分になっていると思うんですが。特にPSの8割はベスト版です。

（奈良県　BEL）

○オジサマとかライトユーザーにとってのゲームの購入条件は販売価格が決定力を持ってますよね。麻雀とか普通に遊べればよいってモノはまさに値段。今日び680円の麻雀ゲームなんぞ売れるわきゃないってモンデス。

読者イラストギャラリー

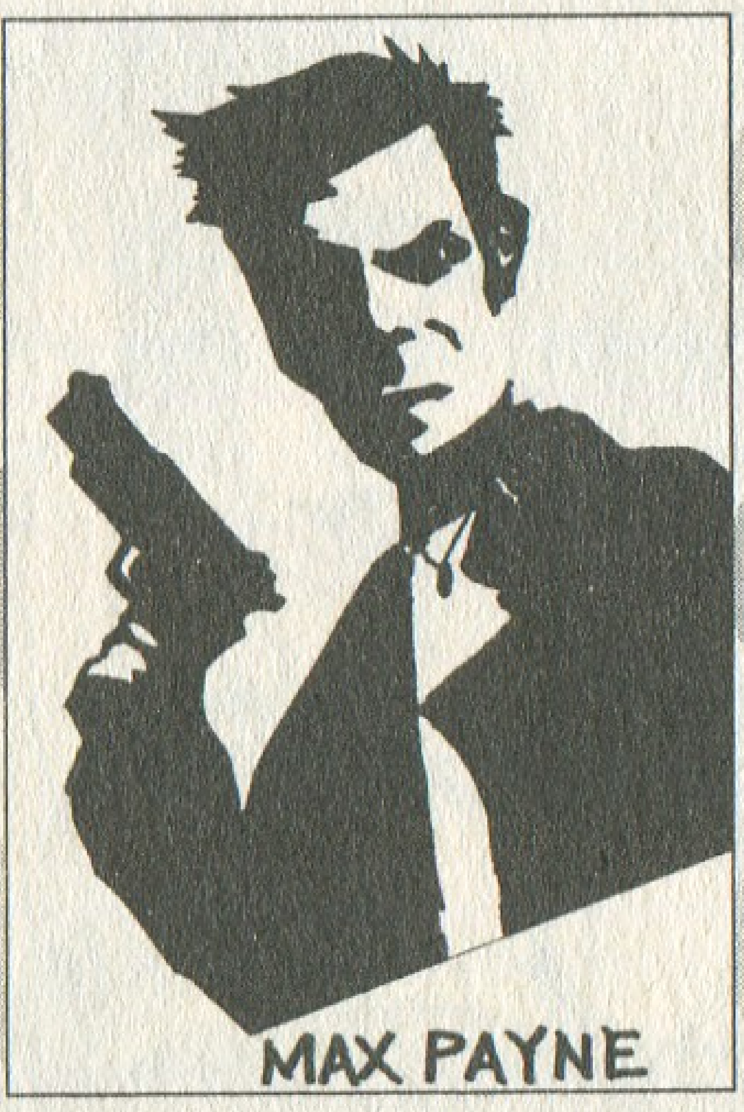
継続は力なり！　みなさん引き続きよろしくお願いします

常にイラスト募集中！
〒104-0041
東京都中央区新富1-3-7ヨドコウビル
㈱マイクロマガジン「隔月刊ゲーム批評」編集部
イラストギャラリー係　まで

〈岡山県　画材墓地〉
そんなに怖いすか!?



〈大阪府　ふな〉
もちっと売れてもいいんですが・・・。



〈岡山県　けいたん〉
あついよね。



〈東京都　上野健二郎〉
関係ないすけど、「聖闘士星矢G」どう思います？僕は好きですけど。



〈群馬県　そらのきば〉
実におしい！　もうひとひねり。



■ハガキの意見欄が狭くなってしまいましたが、意見は簡潔にという事ですか？

（茨城県　鯨夢究部）

○このコーナーはまさにその意見欄で成り立っておりますので、狭くされるコトについてはそーとー危機感感じてマス。

●これ以上狭くなるとマジで死刑宣告なんですけど。

■ＴＶゲームと宗教についての特集をしてください。『女神転生』『ドラクエ』の宗教性の違いとか、『格闘超人』問題とか。他のゲーム誌では絶対できないので。

（新潟県　佐藤　正）

■ふと思うが、６～７千円の商品で、これだけガタガタ言われるのだからゲームメーカーって可哀想だよね。世の中には、自分のバクチの尻を国家にふかせて約束した利権もよー守らんよーな、銀行や生保がごまんといるのにね。あっそうか、ゲームメーカーも天下りを迎えたら、クレームにいちいちビビらないかもね（皮肉）。

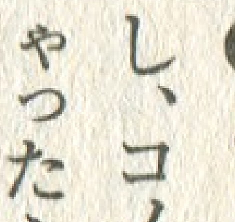
（福井県　貧乏兄さん）

○パチンコ・パチスロ関連企業に関しては既にそーとーなしがらみアリマスけどネ。

■レトロゲームの特集をお願いします。

（福井県　ぺんぎん）

○いよいよ「ユーゲー」との差別化が難しくなってきますネ。



●どっちも大変そーだし、コノ際いっそ混ざっちゃったらどーでしょーかとオネーさん個人的に思います。

■ラスベガスからインポ治療のメールが来るというのはどういうことなのか？　この謎をじいちゃんの名にかけて解き明かしたいと思います。

（埼玉県　耳だれ.Com）

○こういうこと書いてくるのは何処の馬鹿かと思ったらやっぱり耳だれだったのカ…。

●泌尿器に何か問題がありましたら本町の福島病院までゴー。

■回収された雑誌は後で高値をよんだりしますが、回収されたソフトはどーなんでしょう。

（群馬県　佐藤明俊）

○前後それぞれ回収された理由によりますが、初回出荷版のＭＤ



「スーパー忍」はどこぞでイー値段ついてマスネ。

■近所の電気店の閉店セールにて、ソフトがパック詰めされて投売りされてました。『ウイニングポスト』と『ハリー・ポッター』と『メタルギアソリッド』がひと袋に入っているのはお買い得ですか？　どれもやったことないのでよくわかりません。ちなみにあと2本（タイトル忘れた）入った5本パックで5900円でした。

（東京都　ルサンチマン）

○『ハリー～』はPS2版はお買い得デスがPS版ならお気の毒デス。

■（前号）64ページ、バグソフト特集で「ゲームのバグはゲーム雑誌にすら載らない」とあった。ゲーム批評ならではの企画で「バグゲーム大特集」をやって欲しい。ファミコンからPS2まで歴代のバグソフトを大紹介!!　さらに最近の全バグソフトリストも公開!!　……ってメーカーにますますキラワレルね。

（千葉県　カベジマ　イサム）

■昔、カプコンとアトラスに鬼対応されました。サポートセンターで。こっちが敬語で向こうが後半タメ口でした。バグ売っといて何様だコラ！

（仙台市　自分ハザード）

■「バグソフトの真実」に勇気づけられ、思いきってユーザーサポートに電話してみました。親切に対応してくれました。

（長野県　世迷い子）

○ソレは良かったデスね。ソレはそうと、ハガキの切手に「見返り美人」を貼ってよこすのはヤメテ下さい。一発ギャグにしては破壊力ありすぎではないでしょうカ。本物か偽物かシシタン判別できませんがとりあえず即行返却しマス。

●思いきり過ぎ。

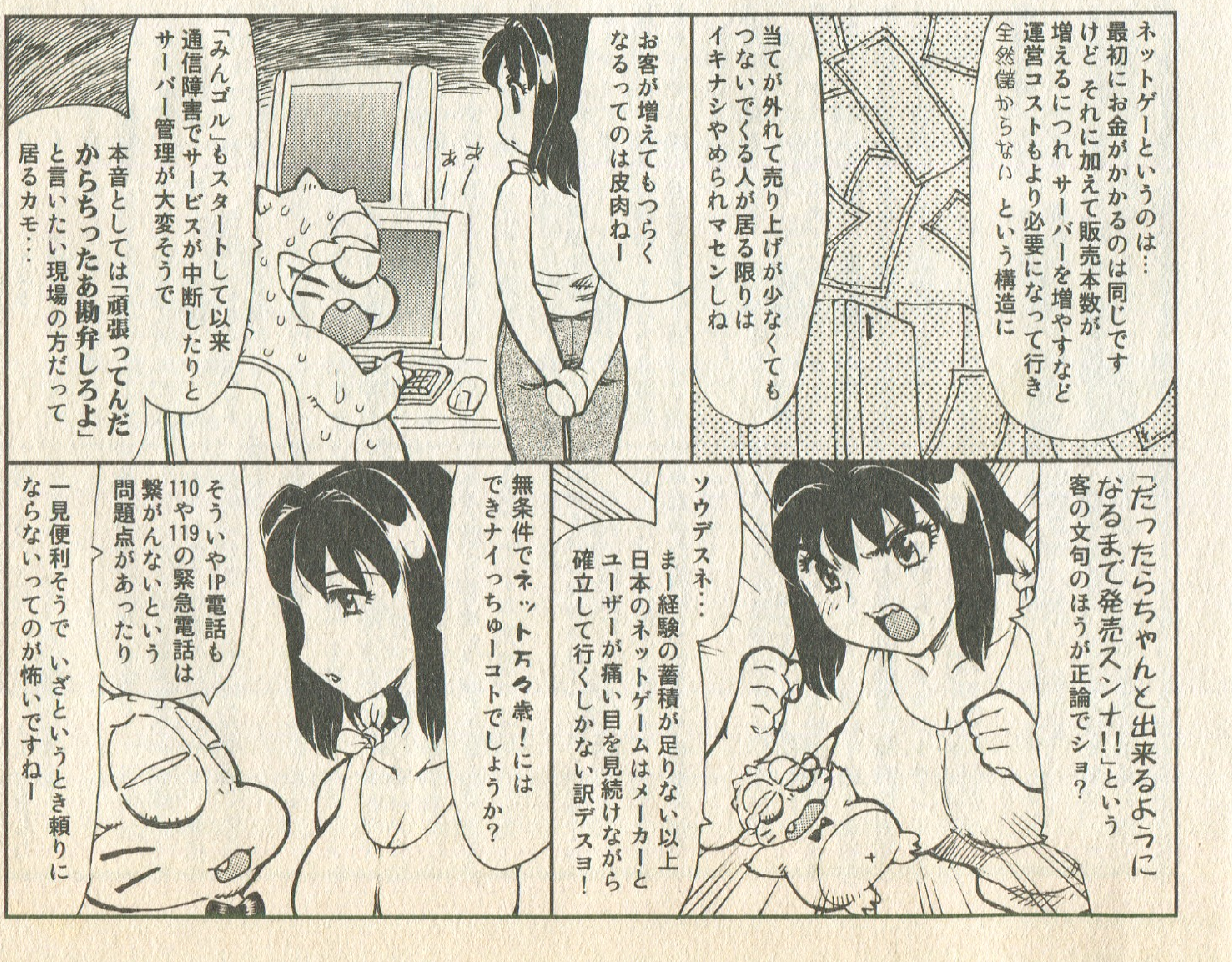
■ゲーム批判という本は読ページが他の雑誌と比較して良い意味で『濃い』ところが個性的ですね。なかなかどうして読者ページに自己批判（苦情）を掲載する潔さがあって良いです。

（神奈川県　ラプラスの悪魔）

○………ウチはゲーム「批評」ナンダヨウ～～

（泣）

●ゲーム悲報。



執筆者一覧

RD／あーるでぃー
そろそろ灰になりそうな末期ゲーム中毒患者。遊ぶゲームが洋ゲーに偏りがちで悩む。国産でガツンと来るやつが出てくれないかな。

天野譲二／あまの・じょうじ
筆者が関わった「あなたの知らない怪獣㊙大百科」（洋泉社）が最近復刊されました。HPはhttp://www.tky.3web.ne.jp/~omegaman/

飴尾拓朗／あめお・たくろう
電動機系技術者兼営業マン……だったが、半年前に会社が音もなく瓦解し、なし崩し的にフリーライターへ退転。人生って分からんわ。

ANDY CHEN（陳国中）／アンディ・チェン
米国育ち、アジア圏を中心に歩き回るサブカルライター。編集部には原稿の意訳をしてもらっていてうれしいです。

池谷勇人／いけや・はやと
かつては「信者」。でも、実は『聖戦の系譜』で一度リタイヤした「脱落組」。でも体力が続く限りこのシリーズとは付き合っていきます。

卯月鮎／うづき・あゆ
レビュアー。今回の『GIFTPIA』は、『moon』でいう「キャッチ」の要素がなくなった。それでも充分楽しめたということは、物語を語るべきとしてのAVGを見直す一歩になるだろう。
http://www.f8.dion.ne.jp/~dryfish/

大塚雄二／おおつか・ゆうじ
もうどのゲームからやればいいか分からないほど積みゲーが貯まった優柔不断ライター。さ〜て次はどのオブジェを買おうか……。

がっぷ獅子丸／がっぷ・ししまる
'68年生まれ。アーケード及びコンシューマの企画兼プロデューサー。手がけた作品に某業務用実写流血和風格闘ゲームがある。バカ雑誌のライターを兼業し仕事との葛藤に悩むシックでメロウな35歳。

空閑将之／くが・まさゆき
フリーライター。今回、ドコモさんから試用の505iを借りてゲームをやりまくっていて原稿の締切を遅れたという噂。

金寿彦／こん・としひこ
秋葉原にあるゲームショップ、株式会社メッセサンオー販売部統括責任者、および本店店長。

斉藤智晴／さいとう・ともはる
データ・イーストが倒産してしまいましたね。自分もデコゲーに影響受けたので至極残念。先日もメガドラで『チェルノブ』のピラミッド見て死んでました。父よ！　母よ！　妹達よ！　生きていてくれ！　http://www.ocv.ne.jp/~la-saito/

佐々木潤／ささき・じゅん
今年で、ゲームライター稼業9年目。仕事以外のゲームは滅多にせず、もっぱらPCの前で時間を過ごす。ゲーム歴は……すでに25年!?

新清士／しん・きよし
ゲーム開発関係情報を追いかけているメディアライター。立命館大学大学院政策科学研究科講師。IGDA東京チャプターコーディネイター。

スサノヒロキ／すさの・ひろき
某コンピューター周辺機器メーカ勤務後、フリーライターに。Xbox、PS2、GCの中で一番稼働率が高いのはGC。Xboxはマイフェイバリットプレイヤーです。なぜでしょう??

武田丸男／たけだ・まるお
広告／デザイン業界からテレビゲーム業界に十余年前に転身。数社のゲーム関連会社で家庭用ゲームソフトの販売・宣伝・ソフトプロデュース業務に携わる。近頃自分でゲームを楽しむいとまがないことを嘆いている。

多根清史／たね・きよし
ストライカー系の選手が破壊するばかりの総合格闘技にウンザリ。桜庭の復活に期待！　jbb02435@nifty.com

テリョン／てりょん
『太鼓の達人』を彼女にプレゼントしました。下手すぎだとからかってやったら、ムキになって練習していつの間にか彼女は太鼓の達人になりました。もう勝てません。bulmory@gamerz.co.kr

DRAGONWAR1／どらごんうぉー・わん
今回、印象に残った人はKATIEでした。『The Getaway』イギリスかぶれの英語好きにとっては最高のゲームです！

中村彰憲／なかむら・あきのり
学術博士、早稲田大学大学院アジア太平洋研究センターMOT助手兼名古屋商科大学非常勤講師。専門は国際ビジネス並びにデジタルコンテンツ産業におけるテクノロジーマネジメント及び技術移転。

名越稔洋／なごし・としひろ
'65年生まれ。東京造形大学卒。セガ第4研ソフト研究開発部部長を経て、現在アミューズメントヴィジョン社長

兼セガ執行役員。セガ時代『バーチャレーシング』等にCGデザイナーとして参加後、プロデューサー兼ディレクターとして『デイトナUSA』等をリリース。最新作は『F-ZERO　GX/AX』。

新岡優哉／にいおか・ゆうや
任天堂に振り回されるフリーライター。GBASPのアチャモオレンジ買いました。FC生誕20周年バージョンのSPも欲しすぎます。

脳みそホエホエ／のうみそ・ほえほえ
『モンスターゲート』（P120〜121）の絵を描いてる人。夏コミ参加します。日曜の東ウ-53bです。よろしくどうぞ。オリジナルと「マリみて」？　詳しくはHPで。
http://www.ne.jp/asahi/hoe/hoe/

ハービー吉村／はーびー・よしむら
編集者／ライター&ビーグル（乗り物）SLG・マニア。押し入れの中に十数個のハンコンとジョイスティックを所持。

橋本和明／はしもと・かずあき
小学生の時からプログラマーとしてゲーム制作に携わり、シナリオライターなどを経て、現在はゲーム制作の下請け会社を経営しつつ、フリーライターとしてさまざまな雑誌で活躍中。

罰帝／ばでぃ
20代最後の夏を宇宙の中心である埼玉にて迎えるフリーライター兼ゲーム企画者。財布の中がコナミのカードだらけで大変なコトに。

藤原修二／ふじわら・しゅうじ
1年に1度ぐらい本誌で働く不定期出稼ぎ系ライター。なんか編集部員ががらりと変わってますが今後ともよろしくお願いいたします。

松田剛／まつだ・つよし
'74年生まれ。どフリーライター。値上げに備えて買いだめしたタバコが早くも半分以下。4カートン1万円で腰抜かしてしまったのです。

樹本　菜／みきもとさい
ゲーム誌編集を経て、アニメやゲーム、PC情報誌などを手がけるフリーライターに。別ペンネームでエロ小説もこなす30代後半。

吉田龍司／よしだ・りゅうじ
美中年ライター。ウルトラマンの黒部進氏にインタビューしたことが最近の自慢話。64歳のハヤタは何と僕よりカッコ良かったです。

米光一成／よねみつ・かずなり
これまでの経過は、http://www.Lv99.com/で公開しております。参加者随時募集中。よろしく！

誌面から伝わる編集方針を目指して

「『ゲーム批評』の編集方針」掲載取り止めについて

「ゲーム批評」は、この4月創刊50号に達し、来年には創刊10周年を迎えようとしています。

これもひとえに、弊誌をご購入いただいている読者の皆様のご支援の賜物と感謝しております。

「ゲーム批評」はこれまで多くの者がその編集に携わり、新陳代謝を繰り返しながら、その時ごとにさまざまな問題提起をしながら誌面構成も変化してきました。

しかし創刊当初から一貫して変わらぬものがあります。それは「編集方針」です。

そして、この「編集方針」はこれまで掲載してきました。掲載ページの位置は変わろうとも、必ず誌面を割いて掲載してきました。

「編集方針」を常に掲げていることで、「ゲーム批評」に携わる者のモチベーションを高めるのはもとより、ご購入いただいている読者の皆様からの支持をいただいていることは重々承知しています。

しかし、創刊から10周年を控えた今号より、あえて「編集方針」の掲載を取り止めることを決めました。

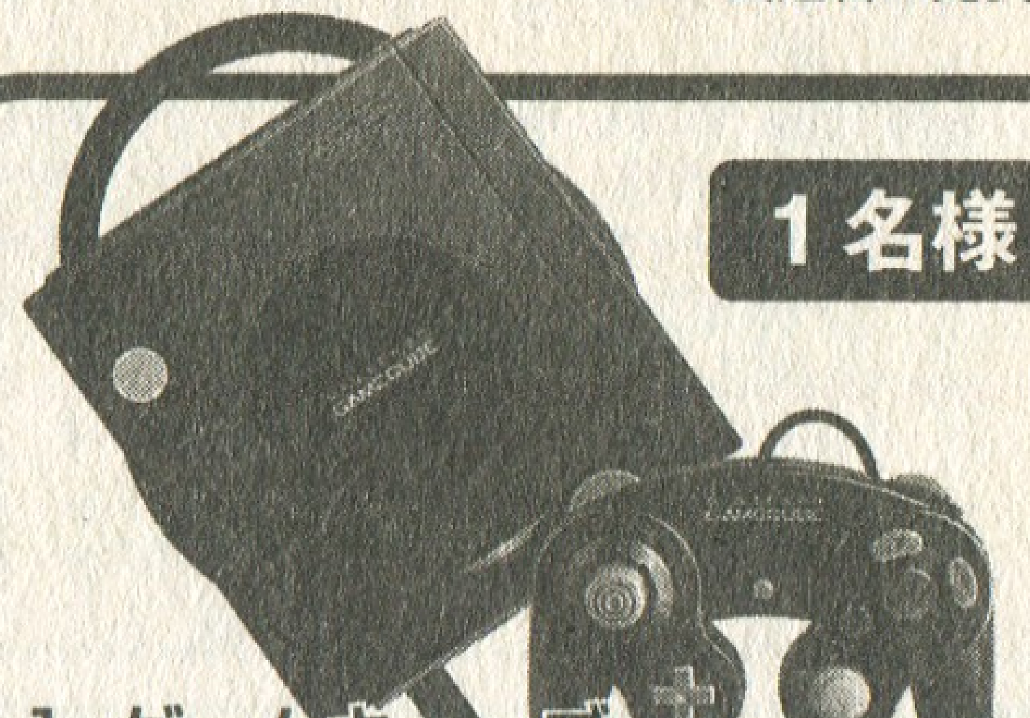
これは、編集方針が変わることを意味しているのではありません。これからも編集方針は堅持していきます。

これからは、編集方針を高らかに謳わなくとも、その誌面づくりから編集方針が自然と読者の皆様に伝わるものでなければいけないという意志の下、さらに研鑽していく顕れと理解していただければ幸いです。

ゲーム批評編集部

ゲーム批評「読者プレゼント」

今月もゲーム批評をご愛読ありがとうございます。
下記のアンケートにご回答いただいた方の中から抽選で6名様に素適なプレゼントをお送りいたします。
どしどしご応募ください。締め切りは9月16日必着となります。
当選者の発表はVol.53（10月3日発売）にて行います。



1名様

1. ゲームキューブ
＋ゲームボーイプレイヤー
「エンジョイプラスパック」

各1名様 2. 植松伸夫氏サイン入りCD
■「THE BLACK MAGES」
■「戦え！ 半熟英雄」

各1名様 3. 光田康典氏サイン入りCD
■「ゼノサーガ
オリジナル・サウンドトラック」
■「セイリング・トゥ・ザ・ワールド」
■「アン・キニュント」

1. 氏名（ふりがな）
2. ペンネーム［ペンネームが不要の方は結構です］
3. 郵便番号
4. 住所
5. 年齢
6. 性別
7. 学校・職業
8. よく読むコンピュータゲーム雑誌をお書きください［2つまで］
9. 現在持っているハードを挙げてください
10. 購入を考えているハードを挙げてください
11. おもしろかった記事のページ番号を3つ記入してください
12. おもしろくなかった記事のページ番号を3つ記入してください
13. ソフト批評で取り上げてほしいタイトルは何ですか？
また執筆してほしいライターは誰ですか？
14. 本誌を購入した理由、もしくは購入しなかった理由は何ですか？
01.購入した（理由：　　　　　　）　02.してない（理由：　　　　　　）
15. 本誌を毎号買いますか？
01.毎号必ず買う　02.書店で見掛けたときだけ買う　03.特集内容に興味があるときだけ買う
04.GAME SOFT REVIEWに興味があるときだけ買う　05.初めて買った
16. 最近おもしろかったゲーム名（機種名含む）とその感想をお書きください［2つまで］
17. 買いたいと思うゲーム名（機種名含む）とその理由をお書きください［2つまで］
18. あなたは少年犯罪とゲームに関連性はあると思いますか？
01.はい　02.いいえ
19. 18.でそう答えた理由は何ですか
20. 少年犯罪に悪影響を与えると思うゲームタイトルを挙げてください
21. FPS（一人称視点シューティング）のゲームをどう思いますか？
22. 本書に対するご意見、ご感想や、今後の要望などをお聞かせください
23. 欲しいプレゼント［上記より1つだけ選び、商品名をご記入ください］

※お答えいただいた内容は、ゲーム批評に掲載される場合がございます。あらかじめご了承ください。

はがき、封書の応募先

〒104-0041
東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
（株）マイクロマガジン社
「ゲーム批評Vol.52
アンケート係」行

インターネットの応募先

下記に設置しております、
応募フォームをご利用ください。
http://www.microgroup.co.jp/g-survey.htm

BACK NUMBER INDEX

<Vol.51> 2003年7月発行 780円（税込）



■ゲーム批評的 エロゲー論
Hシーンを抜いた元18禁ゲームが売れる理由
～背徳エロゲー論～非日常へのあこがれ
●バグソフトの真実
「スターオーシャン3」で起きた不具合の真相とは!?
これが正しいクレームのつけ方だ!!

<Vol.50> 2003年5月発行 780円（税込）



■決定!! ゲーム批評大賞
ZOO KEEPERってなんなのよ？
読者が選んだゲーム批評大賞!!
●台頭したメディアミックス
討論!! メディアミックスがもたらしたモノ
メディアミックスはゲームを救う？

<Vol.49> 2003年3月発行 780円（税込）



■スクエア・エニックス創り上げられた楽園の闇
リストラ、人材流出は起こるのか？
裏話満載!! ゲーム業界"仕事人"座談会!
●背徳ゲームの愉悦
反社会的な暴力ゲームにほれ込んだのは誰だ
背徳ゲームの出所を追え!!

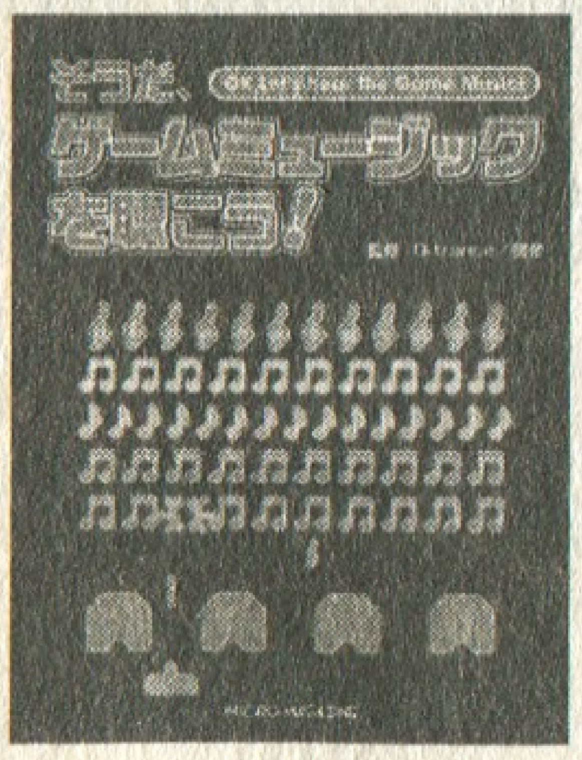
<Vol.48> 2003年1月発行 780円（税込）



■日本のゲーム末期症状!?
データで見るニッポンゲーム市場
『お遍路さん（仮）』を知らずして
なにがコアゲーマーか!!
●現実の女性よりも仮想の女性に惹かれる男たち
ギャルゲーは現実を超えられるか
ギャルゲーはなぜ嫌われるのか？

<Vol.41>2001年11月発行 780円（税込）（品切中）
■「FFX批評対決!!」FFXを誉め倒す?! 否定派・肯定派ソフトレビュー FFX実はココが凄い！
●「悪趣味ゲームライター晩餐会」がっぷ獅子丸VS.阿部広樹座談会
<Vol.42>2002年1月発行 780円（税込）
■「孤独な王道!? ゲームキューブ」特別対談 名越稔洋×岡本吉起 激走!! フロム・ソフトウェア Xboxのことも教えて本郷さん!!
●「格闘ゲーム 新世紀へ」格闘ゲームの派閥争い VF.NETはメリットだったのか
<Vol.43>2002年3月発行 780円（税込）（品切中）
■「なぜこんなに美しいのか？」そうだ、美容整形外科医に聞いてみよう アイドル研究家が3DCG美女を斬る!!
●「ソフト批評 スペシャル」 『MGS2』『Rez』『ICO』など
<Vol.44>2002年5月発行 780円（税込）（品切中）
■「げっ！ ホモゲーを愛する女心って？」特濃! ボーイズラブ ゲーム座談会 特別対談「薔薇族」編集長×「B-GAME」発行者
●エンターブレインが犯した道義的大罪とは ファミ通体制と任天堂とのパワーバランス
<Vol.45>2002年7月発行 780円（税込）（品切中）
■Xbox玉砕の理由 あのときセガとスクウェアを買っておけば…… 売れない責任はどこにある？
●エンターブレイン正論無き主張 「ファミ通体制」はメーカーとゲーム誌の力関係から生まれた
<Vol.46>2002年9月発行 780円（税込）（品切中）
■「夢破れしFFXI」『XI』はブランド名を悪用した駄作だ！ スクウェアに残された２つの未来…
●「ホラーゲームって本当に怖いの？」よし、精神科医に聞いてみよう
<Vol.47>2002年11月発行 780円（税込）
■「セガ地獄」 緊急召集 元セガ社員と語ろう!! 読者激白 今、セガに言いたいことはなんですか？
●「ボクたちはゲーム脳におかされているのか!!」森昭雄教授に問う!! 一体何をもってゲーム脳か

関 連 書 籍



そうだ、ゲームミュージックを聴こう！
'02年10月発行 1344円（税込）

■ゲームミュージックをつくる人々
崎元仁：ベイグランドストーリー
桜庭統：スターオーシャンシリーズ
■ゲームミュージック・シーンをささえる人々
中村正俊：オホーツクに消ゆ（2001年復刻版）
遠藤雅伸：ゼビウス（AC）



クリエイターの原体験
'01年10月発行 1260円（税込）

■掲載クリエイターの方々と代表作
横井軍平氏：ゲームウォッチ
安田朗氏：ストリートファイターII
薗部博之氏：ダービースタリオン
米光一成氏：ぷよぷよ
メタルユーキ氏：ときめきメモリアル
など総勢22名

・悪趣味ゲーム紀行 ……… '98年12月発行 1260円（税込）
・悪趣味ゲーム紀行２ ……… '01年11月発行 1260円（税込）
・すごいエロゲー烈伝！ ……… '98年12月発行 1029円（税込）
・仮面ライダー メイキング ……… '99年５月発行 3150円（税込）

Editor's Room

Faustの「Faust Album」（クリア・ヴァイナル・シングル・ジャケット仕様）をCDショップで見かけて衝動買いしてしまいました。なぜって、その数日前、「快楽！ ゲーム音楽」の植松伸夫氏インタビューに同行した際にプログレの話題になったものですから、懐かしさも手伝って……限定モノだし……そんな熱烈なファンでもないんだけど。初回特典とか限定モノに弱いんだよねぇ。（高橋）

今更ですが「ICO」にハマリ中です。ヘタレゲーマーのわたしにも丁度良い難易度、手を取るヨルダは愛らしく、風はさやかに光あふれ、よそ見していて転落死。もとい、大島ミチル氏作曲のCM曲、ボーイソプラノが大変素晴らしかったですね。「ゲーム音楽」特集第２弾があればお話を伺いたいです。今回は植松氏、光田氏とお会いできてファンとしては感無量。有難うございました。（堀内）

長引く梅雨の影響からか、スイカが売れ残っているそうです。まだ梅雨が明けていなければ、安くなっているはずですので、皆さん買ってください……別に実家が青果店ってわけじゃないですよ。とりあえずいつものように(?)、ゲームの話に戻ります。また積みゲーが増えました。もう買いたくないのですが、この夏の注目タイトルが１、２、３、４、５……どうしてこうなるんだぁ〜。（遠藤）

30年余の人生で20年以上ゲームしまくってる自分は間違いなくゲーム脳だと思うので検査してほしい今日この頃。今号だけまたちょっとお手伝いすることになりました。前のことを覚えている読者はいるかしら？ 久しぶりのゲーム批評の仕事ということで懐かしい人にたくさん会いました。皆さん変わらないッスね(笑)。特に吉田さんにはお世話になりました。また一緒に仕事しましょう。（津田）

そもそも本誌をやりたくて入社したのに、ここまで７年かかりました。一回限りの助っ人ですけどね……。さて、インドアストームチェイサーとも言うべき私には良い季節がやってきました。昔から雷や台風、竜巻などの美しさに魅入られてまして（災害は困りますが）、台風が来ると気象関係のサイトを開きっぱなしで半徹夜。周囲にはヘンな趣味だと言われますが同志はいるはずだ！（奥山）

アンケートハガキについてのお知らせ

今号「ゲーム批評 Vol.52」より、アンケートは、はがきではなく、インターネットによる集計へと変更となりましたので、下記URLをご利用ください。
http://www.microgroup.co.jp/g-survey.htm
もちろんはがきや、封書での募集も行っております。
読者プレゼントの告知などもございますので、詳しくはP127をご参照ください。

ゲーム批評 9月号 Vol.52

平成15年９月１日発行（年６回隔月１回・偶数月３日発行）
第10巻第９号通巻84号　定価780円（本体743円）

発行人：武内静夫
編集人：小泉俊昭
編　集：高橋英昭／堀内満貴子／遠藤　学／津田清和／奥山美雪
販売営業：河合秀晃／清水俊雄／八木司郎／山田浩樹／中川雄之介
広告営業：五十嵐健一（株式会社マイクロハウス）
デザインワークス：長谷川昌紀／石垣慶一郎／内田雄介（株式会社マイクロハウス）
表紙撮影：相田晴美
印　刷：株式会社廣済堂

発行所：**株式会社マイクロマガジン社**
〒104-0041 東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
編集部　TEL. 03-3551-9563　FAX. 03-3551-9384
販売部　TEL. 03-3206-1641　FAX. 03-3551-1208
広告部　TEL. 03-3555-1206　FAX. 03-3297-0180（株式会社マイクロハウス）
http://www.microgroup.co.jp/

next announcement....

巻頭特集

ゲームは果たして本当に犯罪者を生むのか!?（仮）

何故マスコミはすぐにゲームを悪者にするのか？　ゲームと犯罪は本当に相関性があるのか？　詳細データとインタビューから徹底検証！

第2特集

国内メーカーは販売権獲得に大忙し!?

洋ゲー大侵攻（仮）

大好評！ソフト批評

『モンスターファーム4』(PS2)、『魔界転生』(PS2)、『ハングリィ ゴースト』(PS2)、『ファイナルファンタジー・クリスタル クロニクル』(GC)、『テイルズ オブ シンフォニア』(GC)、『ミッドタウンマッドネス3』(Xbox)、『ボクらの太陽』(GBA)、『新約 聖剣伝説』(GBA)　などを予定。

予告内容は都合により大きく変更になる場合がございます。

隔月刊ゲーム批評 次号53号は… 2003年10月3日(金)発売!!

ライター、ボシュウチュウ。

ゲーム批評編集部では誌面の充実のため、原稿を書いていただくライターを募集いたします。特に制限などありませんが、東京近郊にお住まいで編集部に来られる方は歓迎いたします。ライター・編集などの実務経験のある方、専門知識に優れた方、フリーの方は特に歓迎いたします。

ゲームの批評原稿（タイトル・形式は自由）、もしくは雑誌等に採用された原稿と、履歴書をゲーム批評編集部「ライター大募集係」にお送り下さい。

採用の場合は編集部からご連絡いたします。応募から2カ月が経過しても連絡がない場合は不採用とご了承下さい。また、応募いただいた書類等は返却することが出来ませんのでご注意下さい。

「今のゲーム批評は面白くないんだよ！　オレが面白い雑誌に変えてやるぜ！」という熱い魂と情熱を持った方のご応募、お待ちしております。

一緒にゲーム批評を面白い雑誌にしていきましょう!

応募先　〒104-0041　東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
（株）マイクロマガジン社　ゲーム批評編集部「ライター大募集係」（担当:高橋）

キャッシュフローゲームでファイナンシャル・インテリジェンスを伸ばそう！

ミリオンセラー「金持ち父さん貧乏父さん」の著者ロバート・キヨサキ考案



好評発売中



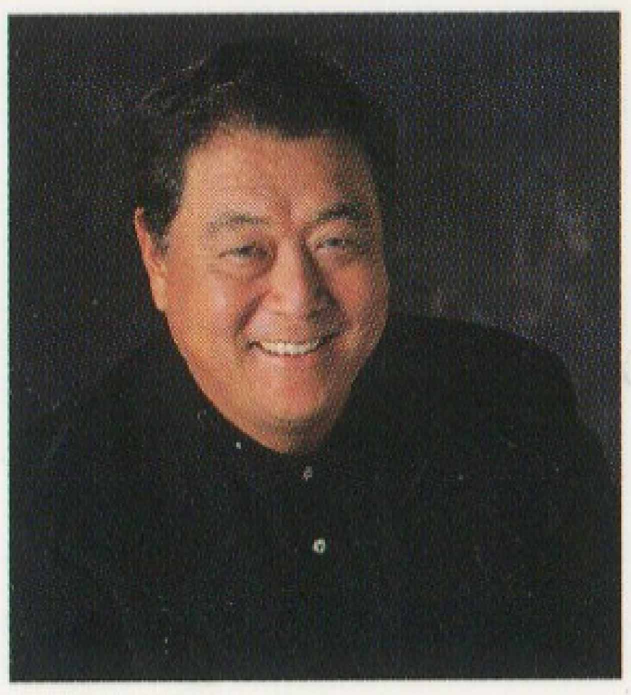
ついに日本語版発売！

キャッシュフローゲームとは？

筑摩書房が2000年11月に発行し130万部の大ベストセラーとなった『金持ち父さん貧乏父さん』に登場するボードゲームで「金持ち」になるための概念が自然に身につくとともに、会計、金融、投資についても理解が深まります。（２人～ ６人用）

標準小売価格　20,000円（税別）

紀伊國屋書店、東急ハンズ、銀座博品館、インターネット通販ショップでお求め下さい。
お電話でご注文の際は㈱クラビス tel.03-3265-8882までお願いします。
日本語版発売元 マイクロマガジン社　www.micromagazine.net



ロバート・キヨサキ
（投資家・著述家・教師）

億万長者になる方法を教えるロバートは「金持ち養成学校の先生」と呼ばれている。「人々が経済的に苦しんでいる理由は、何年も学校に通いながら、お金について何も学んでいないことだ」

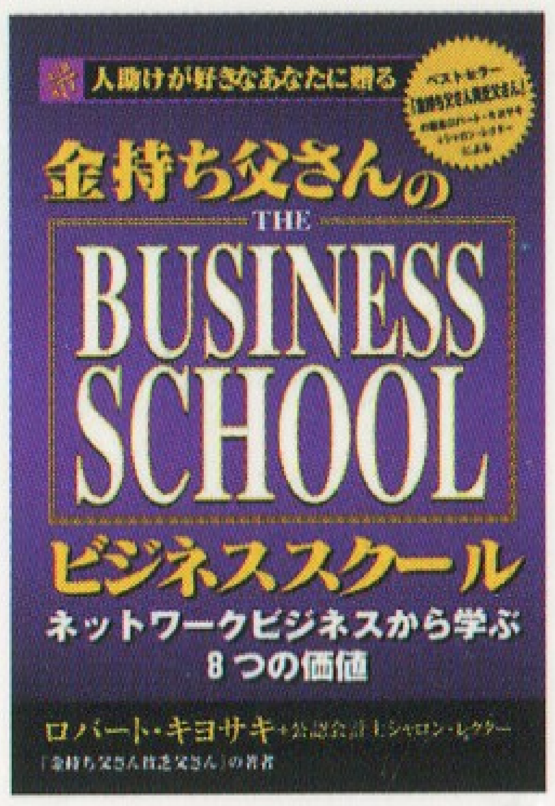
ロバート・キヨサキの本

金持ち父さん貧乏父さん



金持ち父さんのキャッシュフロー・クワドラント
金持ち父さんの投資ガイド―入門編―
金持ち父さんの投資ガイド―上級編―
金持ち父さんの子供はみんな天才
以上、筑摩書房発行

金持ち父さんのビジネススクール



マイクロマガジン社発行

平成15年9月1日発行第10巻第9号通巻84号　発行人：武内静夫　編集人：小泉俊昭　発行所：㈱マイクロマガジン社　〒104-0041東京都中央区新富1-3-7　ヨドコウビル　TEL03-3206-1641（販売）　FAX03-3551-1208

定価：780円　本体743円

©2003 MICRO MAGAZINE　Printed in Japan

雑誌03679-9　T1103679090781